

Elena ŠÚBERTOVÁ

EKONOMICKÉ PODMIENKY PODNIKANIA KARTOGRAFICKÝCH PODNIKOV

Šúbertová, Elena: Economic conditions of entrepreneurship in cartographic enterprises. Kartografické listy, Vol. 2, 1994, 2 figs., 6 tabs., 5 refs.

Abstract: The changes in ownership relations are completely substantial. For cartographic enterprises we have wide possibilities of entrepreneurship. New generation of managers in firms can be succesfull in our conditions if they have knowledge, skills and experience from all marginal areas, too (especially from microeconomy).

Key words: small business, business plan, enterprises, profit, fixed cost, variable cost, systems of depreciation, tax system, income-tax, tax from value added.

Úvod

V súčasnej etape prechodu na trhové hospodárstvo existujú rôzne predstavy a názory na veľkosť a úlohy malých podnikov v trhovom hospodárstve. Sme toho názoru, že štruktúra podnikov má byť pestrá a diferencovaná v závislosti od odvetvia, druhu výroby, ale aj od cieľov podnikania a množstva úloh, ktoré sú pre manažment podniku a jeho personál optimálne.

Vymedzenie malých a stredných podnikov

V odbornej literatúre sa najčastejšie členia podniky na :

- malé,
- stredné,
- veľké,

pričom existujú rôzne kritéria ako triediace hľadiská, napríklad:

- počet pracovníkov,
- výška obratu,
- výška kapitálu,
- dosahovaný zisk,
- podiel na trhu s danými výrobkami, prípadne iné kritériá.

Aj keď v našej odbornej literatúre nie sú jednotne vymedzené kritériá pre malé a stredné podniky, prikláňame sa k názoru, že za malé podniky sa považujú tie, ktoré majú menej ako 25 pracovníkov a za stredné tie, ktoré majú od 25 do 500 pracovníkov.

Za účelom poskytovania záruk na úvery malým a stredným podnikateľom Záručná banka SR vymedzuje ako malé podniky tie, ktoré majú najviac 9 zamestnancov a ako stredné podniky tie, ktoré majú od 10 do 250 zamestnancov. Takéto delenie je síce jednoznačné, ale nazdávame sa, že je podstatný rozdiel v tom, či niekto podniká s 8 pracovníkmi v odvetví kartografickej polygrafie alebo v odvetví strojárstva.

V európskej zahraničnej literatúre sa spravidla uvádzajú tri triediace hľadiská súčasne (obrat, bilančná hodnota podniku a priemerný ročný počet zamestnancov), a to v súlade so zásadami kategorizácie krajín Európskeho spoločenstva platnými od 1. 1. 1986. Aby bol podnik zaradený do príslušnej kategórie (t.j. malý alebo stredný podnik) musí spĺňať aspoň dve z troch kritérií za posledné dve bilančné obdobia. Vo Veľkej Británii sa za malý podnik - podľa týchto zásad - považuje ten, ročný obrat ktorého je do 2 mil. libier, bilančná hodnota do 0,975 mil. libier a priemerný počet pracovníkov maximálne 50. V Nemecku sa za malý podnik podľa týchto zásad považuje ten, ktorý má ročný obrat do 8 mil. DM, bilančnú hodnotu do 3,9 mil. DM a priemerný ročný počet zamestnancov maximálne 50. V USA sa termín stredný podnik nepoužíva a za malý podnik sa považuje ten, ktorý zamestnáva do 200 (resp. 500) pracovníkov.

Myslíme, že dôležitejšie ako tieto "formálne" znaky podnikov sú kvalita a objem vyprodukovaných výrobkov a služieb, ktoré sa najjednoduchšie merajú výškou hrubého domáceho produktu. U nás malé podniky produkujú asi 13,7 % hrubého domáceho produktu (ďalej HDP), vo Veľkej Británii asi 20 % HDP a v USA je to 48 % HDP.

Úloha malých a stredných podnikov je nezastupiteľná v štruktúre podnikateľských subjektov, lebo sú flexibilnejšie, t.j. vedia pružnejšie reagovať na situáciu na trhu, majú jednoduchšiu organizačnú štruktúru podniku, teda vedia lepšie využiť schopnosti jednotlivých pracovníkov, nie sú zťažené vysokými režijnými nákladmi, atď.

Malé kartografické podniky sú v súčasnosti perspektívnou formou podnikania, lebo požiadavky na mapové diela budú u nás rásť najmä z dôvodov:

- rozvoja cestovného ruchu a agroturistiky,
- vyjasňovania vlastníckych vzťahov k pôde všeobecne a v súvislosti s transformáciou poľnohospodárskych družstiev konkrétne,
- rôznych zmien, napr. názvov ulíc, miest a obcí, atď.

Treba povedať, že mnohé mapy je nutné realizovať v skrátenom termíne, či v nižšom náklade a takéto zákazky sú pre stredné alebo veľké podniky prakticky

nerealizovateľné. Naopak, práve malé kartografické podniky môžu pružne a rýchle zabezpečiť mapové diela pre tie segmenty na trhu, ktoré sú prázdne.

Podnikateľský plán

Pri vzniku každého subjektu podnikania je dôležité - mať vypracovaný podnikateľský plán. A platí to samozrejme aj pre malé kartografické podniky, lebo výroba mapových diel nie je lacná záležitosť a ich realizácia na trhu v konkurenčnom prostredí si vyžaduje premyslenú stratégiu a taktiku. Stručne môžeme charakterizovať podnikateľský plán ako súbor cieľov podnikateľa a prostriedkov, ktorými chce tento cieľ dosiahnuť. V tomto pláne musíme mať vyjasnené odpovede na tieto základné otázky:

1. Aký výrobok bude treba vyrábať (napr. turistické mapy, glóbusy...) a aké služby bude treba poskytovať (predvýrobná etapa, výroba, obchodná činnosť)? Tu treba objektívne prehodnotiť svoje schopnosti (teoretické vedomosti a praktické skúsenosti z vybranej špecializácie) a zvážiť veľkosť firmy (obrat, okruh aktivít - šírka špecializácie, možnosti marketingových vzťahov na jednotlivé špecifické činnosti a pod.).

2. Kto sa bude nachádzať v úlohe ťažiskových zákazníkov - školy, turisti, podniky, občania? Aké budú ich nároky na ceny a na kvalitu mapy? Ako si ich získať? Aká je podstata dopytu a jeho periodicita (mesačne, ročne, jednorázovo, opakovane)?

3. Aká je a bude konkurencia na trhu? Možno spoznať jej pozíciu na trhu a spôsob, akým si získať zákazníka?

4. Akí sú dodávatelia (papier, farby...), aké sú podmienky ich dodávok (rýchlosť, ceny, sortiment)?

5. Kto bude distribútorom (sám, iné firmy - za akých podmienok)?

6. Aké sú (majú byť) priestory a ich vybavenie (vlastníctvo versus prenájom, možnosti vybavenia priestorov, aké zariadenie a akým spôsobom získať, aké sú možnosti nákupu alebo prenájmu investičného majetku nevyhnutného k podnikaniu)?

7. Aký je (má byť) personál (počet, štruktúra, mzdy, pracovná doba, atď.)?

V súčasnosti je nemenej dôležité poznať určité právne a ekonomické minimum podnikateľa - aspoň Obchodný zákonník č. 513/1991 Zb., Zákon o dani z príjmov č. 286/1992 Zb. v znení neskorších predpisov - osobitne novela 326/1993 Z.z., Zákon č. 7/1993 Z.z. - O zriadení Národnej poisťovne... a z legislatívnych predpisov z konkrétnej oblasti podnikania sú to napríklad tieto zákony a vyhlášky: č.46/1971 Zb., 81/1973 Zb., 52/1985 Zb. a č. 92/1992 Zb. Dňa 27.4.1994 schválila NR SR aj nový "Živnostenský zákon".

Právne formy súkromného podnikania

Neznalosť zákona neospravedlňuje, a pri výbere právnej formy súkromného podnikania to platí taktiež. Obchodný zákonník umožňuje tieto formy súkromného podnikania:

1. Osobné podniky, ktoré sa delia na:
 - a) podnik jednotlivca,
 - b) osobné spoločnosti - v členení:
 - ba) verejná obchodná spoločnosť,
 - bb) komanditná spoločnosť.
2. Kapitálové podniky (spoločnosti):
 - a) spoločnosť s ručením obmedzeným,
 - b) akciová spoločnosť.
3. Osobitné formy podnikania - družstvá

Pozitíva a negatíva jednotlivých foriem podnikania môžeme stručne charakterizovať takto:

Podnik jednotlivca:

- výhody: možnosť byť sám sebe šéfom, silná motivácia (čistý zisk zostáva majiteľovi a používa ho podľa vlastného uváženia), podnikanie možno ľahko začať i skončiť,

- nevýhody: neobmedzené ručenie, riziko straty, obmedzený rast podniku (nedostatok kapitálu), pri viacerých súbežných povinnostiach a pri ochorení chýba pomoc.

Osobné spoločnosti:

- za výhody považujeme najmä väčšie finančné a časové zdroje,
- za najväčšiu nevýhodu sa všeobecne označuje neobmedzené ručenie a možnosť nezhôd medzi spoločníkmi (pri kúpe majetku, delení zisku...), problémy s ukončením podnikania.

Kapitálové spoločnosti:

- ako klady hodnotíme väčší objem kapitálu, času, vyšší počet pracovníkov firmy a tým lepšie možnosti špecializácie pracovníkov i odbornosti manažmentu, neustály "život" podniku (napríklad nekončí smrťou vlastníka), ľahkosť zmeny vlastníctva (nákupom a predajom akcií),

- ako zápory hodnotíme všetky negatívne dôsledky veľkých podnikov (vysoké náklady, najmä režijné, oddelenie vlastníctva a pracovnej činnosti, problémy s ukončením spoločnosti).

Družstvá:

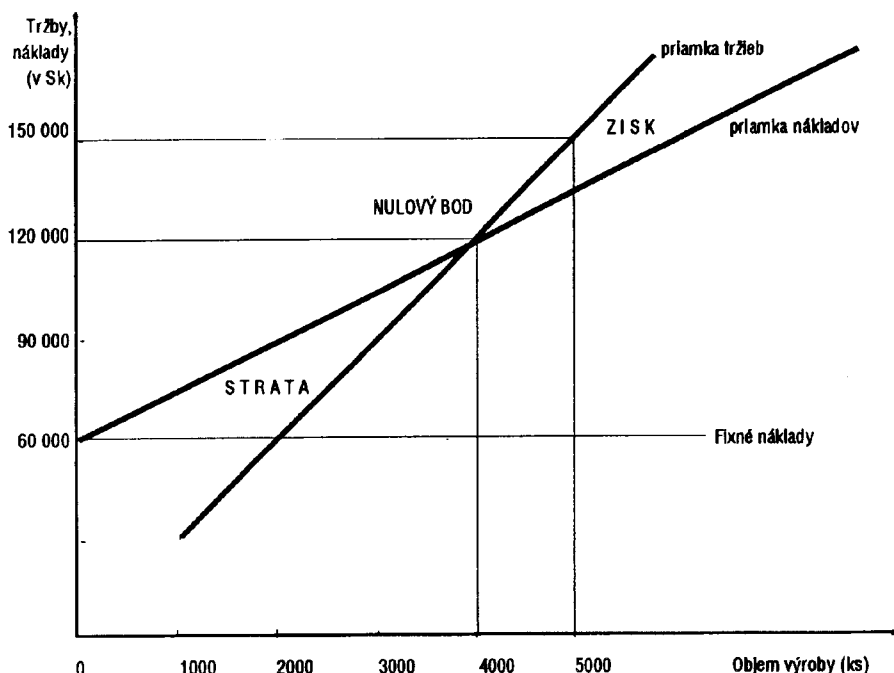
Ako osobitná forma podnikania majú po premene na podniky individuálnych vlastníkov majetkových podielov prakticky tie isté pozitíva a negatíva ako kapitálové spoločnosti, pričom majú možnosť nižšieho základného imania ako akciová spoločnosť alebo spol. s r.o.

Osobné spoločnosti sa u nás v praxi nevyskytujú často, lebo musia mať minimálne dvoch spoločníkov, ktorí ručia svojím majetkom aj po zániku spoločnosti, čo je v súčasnom období recesie veľmi riskantné (a pre kartografické podniky s prevažujúcim charakterom výroby aj menej vhodné). Z ekonomického hľadiska možno charakterizovať základné črty súkromných foriem podnikania v súlade s Obchodným zákonníkom (bližšie tabuľka 1).

Tab.1 Charakteristické znaky súkromných podnikov

Charakteristický znak	Podnik jednotlivca	Akciová spoločnosť	Spol. s r.o.	Družstvo
Zakladatelia	fyzické osoby (FO)	FO a l.práv osoby (PO)	FO alebo PO	FO alebo PO
Počet osôb	min. 1 FO	min. 2 FO min. 1 PO	1 až 50	min. 5 FO min. 2 PO
Právn. subjekt	FO ^x)	PO	PO	PO
Hodnota min. zákl.imania	neurčená	1 mil. Sk	100 000 Sk	50 000 Sk
Min. vklad spoločníka	-	min. hodnota akcie	min.20000 Sk	podľa stanov
Riadenie podniku	podnikateľom	predstavenstvom	konateľmi	predstavenstvom
Ručenie: a) za firmu ako b) člena spoločnosti	celým majetkom	celým majetkom akcionári neručia	celým majetkom do výšky vkladu	celým majetkom členovia neručia
Fondy podniku (určené % zo zákl. imania) a) počiatočný b) konečný	-	rezervný 10 % 20 %	rezervný 5 % 10 %	nedeliteľný 10 % 50 %
Podiel na zisku	čistý zisk (po zdani) ostáva podnikateľom	dividendy (podľa valného zhromaždenia)	v pomere k vkladom	podľa členskej schôdze

x) Poznámka: Samostatný podnikateľ (fyzická osoba) môže podnikať, ak je zapísaný do obchodného registra alebo zaregistrovaný na živnostenskom oddelení ObU.

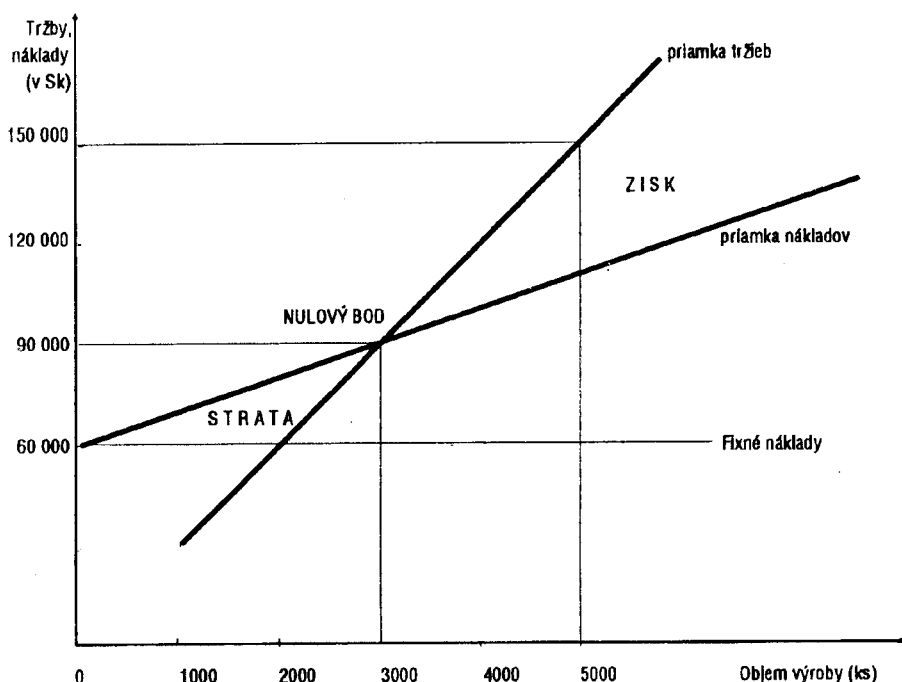


Obr. 1 Graf nulového bodu (ak sú variabilné náklady 15 Sk/ks a cena 30 Sk/ks)

Zo stručného prehľadu vyplýva, že najrýchlejšie možno začať pracovať bez nárokov na vstupný vklad do podniku - ako súkromný podnikateľ (fyzická osoba), pričom si treba uvedomiť aj svoje (najmä časové a kapitálové) ohraničenia, čiže podnikateľský plán musí byť realizovateľný vlastnými silami a možnosťami. Samozrejme, podľa výsledkov možno - a ak chceme obstáť v náročnej konkurencii na trhu aj treba - neustále vlastný podnik rozširovať. Rozvoj podniku je treba projektovať systematicky a preto je nevyhnutné oboznámiť sa aspoň so zásadmi tvorby cien a daňovej politiky.

Kalkulácia cien

Doposiaľ bol zaužívaný systém výpočtu cien na základe kalkulácie nákladov, pričom sa brali do úvahy predpokladané (plánované) náklady (vrátane režijných



Obr. 2 Graf nulového bodu (ak sú variabilné náklady 10 Sk/ks a cena 30 Sk/ks)

nákladov) a zisk podniku. Vzhľadom na to, že existoval trh dodávateľa, bola táto metodika logická. V súčasnosti sme v súvislosti s prechodom na trhovú ekonomiku v situácii, kedy dominantným sa stáva trh odberateľa. Dnes už kupujúceho nezaujímajú náklady alebo zisk výrobcu, ale trhovú cenu kartografického diela - a tá môže byť nielen nižšia, ale aj vyššia ako náklady výrobcu, resp. predávajúceho. Ak kartografické dielo spĺňa nároky (v oblasti kvality po stránke technickej i obsahovej a je ešte cenovo dostupné) odberateľ výrobky kúpi. Ak nie - môžu ostať u výrobcu nepredajné. Preto je mimoriadne dôležité urobiť prieskum trhu, vrátane marketingovej stratégie firmy a cenového prieskumu. Pri kalkulácii ceny sa potom vychádza od trhových cien - čiže musíme zistiť, aké množstvo výrobkov treba realizovať, aby firma ďalej prosperovala a rozvíjala sa žiaducim smerom. Pri zisťovaní potrebného množstva sa možno spoliehať na tzv. analýzu nulového bodu (obr. 1, obr. 2), kedy pri výpočte hodnôt objemu výroby vychádzame zo vzťahu:

$$Z = C \cdot Q - (FN + VN \cdot Q) \quad (1)$$

kde: Z = zisk

C = cena (trhová) za kus

Q = počet výrobkov

FN = fixné náklady (napr. odpisy, nájomné)

VN = variabilné náklady (napr. na papier, farby)

Pri výpočte hľadáme takú hodnotu Q, ktorá zodpovedá podmienke, že $Z = 0$ (nula). Potom:

$$0 = C \cdot Q - FN - VN \cdot Q \quad (2)$$

Po úpravách zistíme tzv. "nulový bod", v ktorom výrobca nedosahuje zisk (ale ani stratu):

$$Q = FN : (C - VN) \quad (3)$$

Vzhľadom na to, že cieľom podnikania je dosahovanie zisku, možno povedať, že každé vyrobené množstvo výrobkov X, kde $X > Q$ je pre výrobcu ekonomicky prospešné. Táto metóda je veľmi rýchla a práve v malých firmách je potrebné aplikovať ju - aby podnikatelia nemuseli uplatniť po niekoľkých zákazkách zákon o bankrote. Čiže napríklad, ak by bola trhovú cenu mapy 30 Sk/ks, fixné náklady by boli 60 000 Sk a variabilné náklady by boli 15 Sk/ks, museli by sme vyrobiť viac ako 4 000 ks máp, aby bola výroba ekonomicky efektívna. Po dosadení do vzťahu (3) by sme zistili "nulový bod" pri počte 4 000 ks. Pri výrobe 5 000 ks by sme už dosahovali zisk - podľa vzťahu (1) vo výške 15 000 Sk. V prípade, že by sme dokázali znížiť variabilné náklady na 10 Sk/ks, dosiahli by sme "nulový bod" (pri tej istej cene a fixných nákladoch) už pri 3 000 ks máp a pri 5 000 ks náklade máp by sme mali zisk 40 000 Sk. Miera rentability by sa po znížení variabilných nákladov z 15 Sk na 10 Sk zvýšila z 10,0 % na 26,7 % (meraná ako podiel zisku k tržbám a vyjadrená v percentách).

Samozrejme, že vo väčších firmách sa táto najjednoduchšia kalkúlia nákladov využíva menej, ale čím je podnik väčší - tým má aj viac odborníkov a tieto zložitejšie metódy robia podnikoví ekonómovia.

Dane podniku

Jeden z najhlbších zásahov do rozdeľovacích a prerozdeľovacích procesov fyzických a právnických osôb bol nový daňový systém platný u nás od 1.1.1993. Podnikateľská sféra očakávala od novej daňovej sústavy (a systému národného

poistenia) zlepšenie podmienok pre rozvoj podnikateľských aktivít. Treba povedať, že tieto očakávania neboli naplnené z viacerých príčin a sú v štádiu riešenia (napr. rozdielny prístup k plateniu národného poistenia v podnikateľskej sfére a v rozpočtových organizáciach, neustále novelizácie daňových a ďalších zákonov, zdražovanie - resp. nedostupnosť úverov, atď.).

V súčasnosti u nás platí táto daňová sústava:

1. Priame dane:

a) Dane z príjmov - fyzických osôb

- právnických osôb

b) Majetkové dane - daň z nehnuteľností

- zo stavieb

- z pozemkov

- daň dedičská a darovacia

- daň z prevodu nehnuteľností

- cestná daň

2. Nepriame dane:

a) Univerzálne - spotrebná daň

- vo výške 6 %

- vo výške 25 %

b) Selektívne - spotrebná daň

- z uhľovodíkových palív a mazív

- z piva

- z vína

- z liehu a liehovín

- z tabakových výrobkov

Možno povedať, že každý podnikateľ platí priame dane, najmä daň z príjmov. Keď používa auto k podnikaniu - ak chce účtovať náklady súvisiace s prevádzkou auta v súlade s predpismi - a to bez ohľadu na to, či je auto majetkom firmy alebo nie - platí cestnú daň. Ďalej buď priamo ako vlastník určitého objektu platí daň z nehnuteľností, príp. ju platí nepriamo prostredníctvom nájomného.

Nepriame dane sa väčšinou začínajúcich podnikateľov netýkajú, lebo nespĺňajú podmienku určenú zákonom - platiteľ dane z pridanej hodnoty (DPH) musí mať minimálny obrat 3 po sebe idúce mesiace 750 000 Sk. V tom prípade je podnikateľ povinný zaregistrovať sa ako platiteľ DPH. Sú však prípady - a platná legislatíva to dovoľuje - že platiteľom DPH je firma, ktorá má síce menší obrat ako je to určené, ale výrobca sa nachádza "v prostriedku reťazca medzi dodávateľom a odberateľom" a ekonomicky je výhodné byť platiteľom DPH.

Priame dane:

Priame dane sú presne vymedzené zákonom a taktiež sú striktné určené aj daňové úľavy. Pri dani z príjmov právnických osôb platí podnik ako celok daň vo výške 40 % a zamestnanci platia dane z príjmu fyzických osôb podľa schválenej tabuľky. Podnikatelia - fyzické osoby platia dane z príjmov fyzických osôb priamo (a vystupujú v úlohe daňovníkov aj platiteľov daní súčasne).

Tab.2 Daň z príjmov fyzických osôb

Základ dane		Sadzba dane
od Sk	do Sk	
0	60 000	15 %
60 000	120 000	9 000 Sk + 20 % zo základu nad 60 000 Sk
120 000	180 000	21 000 Sk + 25 % zo zákł. nad 120 000 Sk
180 000	540 000	36 000 Sk + 32 % zo zákł. nad 180 000 Sk
540 000	1 080 000	151 200 Sk + 40 % zo zákł. nad 540 000 Sk
1 080 000	a viac	367 200 Sk + 42 % zo zákł. nad 1080 000 Sk

V praxi sa bežne využíva ako "dočasná daňová úľava" zrýchlené odpisovanie hmotného a nehmotného investičného majetku. Súčasné právne predpisy umožňujú daňovníkovi, aby sa sám rozhodol akú odpisovú metódu využije. Spôsob odpisovania určuje vlastník osobitne pre každý nový hmotný či nehmotný majetok firmy a dodatočne ho už nemožno meniť. Treba dodať, že majetok je podľa zákona 286/92 Zb. rozdelený do 5 odpisových skupín, pričom každá odpisová skupina má presne stanovenú dobu odpisovania:

1. odpisová skupina 4 roky (napr. reprografické zariadenia, osobné automobily)
2. odpisová skupina 8 rokov (napr. pracovné stroje a zariadenia)
3. odpisová skupina 15 rokov (napr. stroje a zariadenia prenosné a pojazdné)
4. odpisová skupina 30 rokov (napr. budovy a haly z dreva a fahkých látok)
5. odpisová skupina 50 rokov (napr. budovy a haly, stavby).

Sme toho názoru, že zaradenie niektorých druhov majetku nezodpovedá ich morálnemu, resp. fyzickému opotrebeniu (napr. stroje a zariadenia s dobou odpisovania až 15 rokov).

Ak by sme napríklad kúpili do firmy osobné auto za 300 000 Sk, musíme sa v prvom roku odpisovania definitívne rozhodnúť akú odpisovú metódu zvolíme. Osobný automobil (zaradený do 1. odpisovej skupiny) by sme v prípade rovnomerného odpisovania odpisovali (v súlade s metodikou zákona 286/92 Zb. takto):

Tab.3 Aplikácia rovnomerného odpisovania

Obdobie	Percentuálna sadzba	Výška v Sk	Kumulatívny súčet
1 rok	14,2 %	42 600 Sk	42 600 Sk
2 rok	28,6 %	85 800 Sk	128 400 Sk
3 rok	28,6 %	85 800 Sk	214 200 Sk
4 rok	28,6 %	85 800 Sk	300 000 Sk

Za 4 roky by sme si vytvorili finančné zdroje na nové osobné auto. Ak by sme uplatnili zrýchlené odpisovanie (opäť v súlade so zákonom 286/92 Zb.), vyzerala by situácia takto:

Tab.4 Aplikácia zrýchleného odpisovania

Obdobie	Koef.zr.odpis ^x	%(prep.)	Výška v Sk	Kumulatívny súčet
1 rok	4	25,0 %	75 000 Sk	75 000 Sk
2 rok	5	37,5 %	112 500 Sk	187 500 Sk
3 rok	5	25,0 %	75 000 Sk	262 500 Sk
4 rok	5	12,5 %	37 500 Sk	300 000 Sk

^xPoznámka:

Koeficient zrýchleného odpisovania dosadíme do vzťahov pre výpočet odpisov (O_1 až O_4).

$$O_1 = \text{Vstupná cena} : \text{Koef. zr. odpis. pre 1 rok} \quad (4)$$

$$O_2 = \frac{2 \times \text{Zostatková cena}}{\text{Koef. zrýchl. odpis. pre 2. rok} - \text{počet rokov, ktoré už daňovník odpisoval}} \quad (5)$$

$$O_3 = \frac{2 \times \text{Zostatková cena}}{\text{Koef. zrýchl. odpis. pre 3. rok} - \text{počet rokov, ktoré už daňovník odpisoval}} \quad (6)$$

Obdobne vypočítame O_4 .

Porovnaním tabuľky 3 a 4 zistíme, že nerovnomerné (zrýchlené, degresívne) odpisovanie je výhodnejšie - lebo odpisy:

a) možno využiť skôr na investovanie do rozvoja podniku - keď rozdiel činí v prvom roku odpisovania 32 400 Sk, v druhom roku 59 100 Sk a v treťom roku

môžeme reinvestovať do firmy o 48 300 Sk viac, ak využijeme zrýchlené odpisovanie majetku,

b) zároveň tieto rozdiely chápeme ako "dočasnú daňovú úľavu" lebo odpisy sú odpočítateľnou položkou zo základu dane pre výpočet zisku.

V súvislosti s touto problematikou podotýkame, že vzhľadom na existenciu pripočítateľných a odpočítateľných položiek sa skutočný, účtovný zisk nerovná tzv. "daňovému zisku", ktorý tvorí základ dane z príjmov.

Nepriame dane:

Nepriame dane platí v konečnom dôsledku až spotrebiteľ na trhu pri nákupe tovaru. Ale refazec výrobcov (aj mapových diel) môže ovplyvniť do určitej miery aj predajnú cenu tovaru - a samozrejme, že ľahšie sa realizujú mapy (pri rovnakej kvalite) za nižšie (dumpingové) ceny. Každý výrobca si musí zvážiť svoju pozíciu na ceste medzi výrobcom a zákazníkom - a rozhodnúť sa, či je registrácia a platenie DPH ekonomicky výhodné alebo nie. Praktickú aplikáciu uvádzame nižšie (pričom počítame aj u kartografických výrobkov so sadzbou DPH 25 % - lebo predpokladáme nielen odborný obsah, ale aj oživenie kartografického diela reklamami).

Aplikácia I.

- ak podniky A, B sú platiteľmi DPH a firma C neplatí DPH:

Tab.5

Podnik (1)	Nákupná cena (2)	DPH na vstupe (3)	Pridaná hodnota (4)	Základ dane (5)	Teoret. daňová po vinnosť (6)	Daň voči štátnemu rozpoču (7)	Pre- dajná cena (8)
		25 %		(2)+(4)	25 %	(6)-(3)	(5)+(6)
A	1 000	250	800	1 800	450	200	2 250
B	1 800	450	500	2 300	575	125	2 875
C	2 300	575	345	3 220	0	0	3 220

Aplikácia II.

- ak podniky A, C sú platiteľmi DPH a firma B neplatí DPH:

Tab.6

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
A	1 000	250	800	1 800	450	200	2 250
B	1 800	450	500	2 750	0	0	2 750
C	2 750	0	345	3 095	774	774	3 869

V aplikácii I. je výhodné pre podnik C byť platiteľom dane, ale pre podnik B je situácia opačná: ak by podnik B prestal byť platiteľom dane (aplikácia II.) - mohlo by sa mu stať, že je neprijateľným partnerom pre platiteľov DPH (napríklad obchod). Platitelia DPH teda budú hľadať také kartografické podniky, ktoré platia DPH a môžu si uplatniť odpočet už zaplatenej DPH prostredníctvom predchádzajúcich platiteľov.

V tejto súvislosti je nutné poznať aj novely zákona 222/92 Zb., najmä č.325/93 Z.z. podľa ktorej osoba, novozaregistrovaná ako platiteľ DPH je oprávnená uplatniť nárok na odpočet DPH pri majetku obstaranom do firmy 12 mesiacov pred dňom účinnosti o registrácii. Odpočet DPH sa nemôže realizovať iba pri osobnom automobile, čiže ak by sme kúpili napríklad za 300 000 Sk počítač do firmy do 1 roka pred registráciou - môžeme uplatniť odpočet vo výške 75 000 Sk (lebo 25 % tvorila DPH). V prípade, že sme kúpili pre podnik osobný automobil - odpočet dane nemôžeme realizovať.

Záver

V príspevku sme poukázali na najčastejšie problémy manažérskeho rozhodovania malých (kartografických) podnikov v súčasných neustále sa meniacich ekonomických podmienkach. Prechod do trhovej ekonomiky nie je jednoduchý - ale aby sa podnikateľské subjekty dokázali v množstve informácií z oblasti ekonómie orientovať, je nevyhnutné viac ako doposiaľ venovať pozornosť aj odbornej literatúre z oblasti manažmentu i marketingu a poznatky (ktoré sa dajú v podniku implantovať) využiť prakticky.

LITERATÚRA

1. SEDLÁK, M. a kol.: Podnikové hospodárstvo, ALFA Bratislava 1993
2. ŠÚBERTOVÁ,E.: Nová daňová sústava a daň z príjmu fyzických osôb, Informačný bulletin VD, SZVD Bratislava 1993, 5 - 6, s.26-37
3. ŠÚBERTOVÁ,E.: Daň z príjmov právnických osôb a odpisy z majetku podniku, IB VD, SZVD Bratislava 1993, č.7 s.6-13
4. ŠÚBERTOVÁ,E.: Družstevné podnikanie, ES EU Bratislava 1994, s.1-119
5. ŠÚBERTOVÁ,E.: Formy podnikania v agrokomplexe. In: Grznár,M. a kol. Podnikanie v agrokomplexe, ES EU Bratislava 1994, s. 33-45, 68-81.

S u m m a r y

Economic conditions of entrepreneurship in cartographic enterprises

In the article we brought up the issue of position of small and medium size cartography firms in market economy and the most common problems of managerial decision-making in this type companies.

We briefly described general criteria used in economic literature for distinguishing among companies according to their size, number of employees, turnover, capital (equity), profit, share on the market, etc. We compared these criteria with the categories used by the European Union since 1.1.1986 (then European Community) and with criteria used by some developed countries (i.e. Great Britain, Germany, U.S.A.).

In Slovakia are small firms with less than 25 employees and medium-size firms with less than 500 employees. We concentrated on small cartography firms and we have shown why these firms are a perspective form of business, especially nowadays, but also from long-term point of view (often changes in number of firms, regions, changes in their names, etc.).

In the article is a viable business plan of small cartography firm and are included the main issues that have to be a part of the plan: production line(s), service(s), major clients (customers and their characterization, nature of the market), demand, competition, suppliers, distribution, facilities, equipment and machinery, personnel.

We clearly introduced basic elements of legal forms and requirements of private entrepreneurship and we give characterization of each from the form of ownership, describing its advantages and disadvantages generally and in cartography firms, too.

As an important part we included calculation of prices, stressing the new situation when is the most important market demand and not the production cost (for customers). We showed application how to choose equilibrium and how much is profit (or lost).

We precisely described all different kinds of applicable taxes, their calculation. This part is for small firms very interesting, because they need not to pay tax of value added if they have turnover less than 750 000 Sk (Slovak crowns) per three months. Using examples showed, when is for small firms important to pay this tax and when it is not good decision from economic point of view.

The article is intended to be used both as a theoretical study and as a practical guide to the complex problem of microeconomy of small and medium-size cartography companies.

Fig. 1 Equilibrium (if variable costs are 15 Sk/piece and price is 30 Sk/piece)

Fig. 2 Equilibrium (if variable costs are 10 Sk/piece and price is 30 Sk/piece)

Tab. 1 Characteristic traits of private enterprises.

Tab. 2 Tax of income of individual persons.

Tab. 3 Application to equitable depreciation rate.

Tab. 4 Application to accelerated depreciation rate.

Lektorovali:

Doc. Ing. Alena Chodasová, CSc.,

Katedra podnikového hospodárstva

Fakulty podnikového manažmentu

Ekonomickej univerzity,

Bratislava

a

Ing. Pavol Krišpinský,

Geomarkart,

Veľký Krtíš