

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA  
UNIVERZITA V NITRE  
FAKULTA EKONOMIKY A MANAŽMENTU**

**DLHODOBÉ FORMY FINANCOVANIA  
PODNIKOV**

**Bakalárska práca**

Študijný program:	Obchodné podnikanie
Študijný odbor:	6262700 Obchodné podnikanie
Školiace pracovisko:	Katedra financií
Školiteľ:	Ing. Zuzana Čierna, PhD.

**Nitra 2011**

**Lubor Serenčes**

## **Čestné vyhlásenie**

Podpísaný Ľubor Serenčoš vyhlasujem, že som bakalársku prácu na tému „Dlhodobé formy financovania podnikov“ vypracoval samostatne s použitím uvedenej literatúry.

Som si vedomý zákonných dôsledkov v prípade, ak uvedené údaje nie sú pravdivé.

V Nitre .....

**Ľubor Serenčoš**

## **Pod'akovanie**

Touto cestou vyslovujem poďakovanie školiteľke, pani Ing. Zuzane Čiernej, PhD. za pomoc, odborné vedenie, cenné rady a pripomienky pri vypracovaní mojej bakalárskej práce.

### **Abstrakt v slovenskom jazyku**

Bakalárska práca „Dlhodobé formy financovania podnikov“ charakterizuje tri dlhodobé formy financovania podnikov, t.j. leasing, franchising a forfaiting. V práci definujem základné leasingové pojmy, charakterizujem históriu a vývoj leasingového trhu, definujem základné leasingové pojmy a porovnávam leasing s úverom. V práci sa ďalej zaoberám franchisingom. Definujem pojmy súvisiace s franchisingom, opisujem históriu najznámejšieho franchisingového reťazca ako aj samotný franchisingový systém tohto reťazca. Posledná časť práce je zameraná na forfaiting. Zaoberám sa vývojom forfaitingu na Slovensku, popisujem forfaiting Československej obchodnej banky a jeho výhody. Nakoniec uvádzam priebeh forfaitingovej operácie. Cieľom tejto práce je poskytnúť súhrnný prehľad o týchto troch dlhodobých formách financovania podnikov.

### **Kľúčové slová:**

leasing, franchising, forfaiting

### **Abstrakt v anglickom jazyku**

The bachelor thesis „The long-term forms of financing of enterprises“ specifies three long-term forms of financing of enterprises, namely leasing, franchising and forfaiting. This work deals with history and development of leasing market, defines basic leasing terms and compares leasing and loan. The thesis focuses also on franchising. I define terms relating to franchising, i describe the history of the most famous franchise network as well as the actual chain of franchise system. The last part is focused on forfaiting. I deal with development of forfaiting in Slovakia, I describe forfaiting of the Czechoslovak Trade Bank and its benefits. At last I mention the process of the forfaiting operation. The aim of this work is to provide the complex overview of these three long-term forms of financing of enterprises.

### **Key terms:**

leasing, franchising, forfaiting

## Obsah:

Úvod.....	6
1 Prehľad o súčasnom stave riešenej problematiky .....	7
1.1 Financovanie podnikov .....	7
1.2 Leasing.....	12
1.3 Franchising .....	17
1.4 Forfaiting.....	21
2 Cieľ práce .....	25
3 Metodika práce .....	26
4 Výsledky práce .....	27
4.1 Leasing.....	27
4.1.1 Pojmy súvisiace s leasingom .....	27
4.1.2 História leasingového trhu .....	28
4.1.3 Vývoj leasingu na Slovensku a v Európe.....	29
4.1.4 Leasing v porovnaní s úverom.....	34
4.1.5 Perspektívy vývoja leasingu .....	35
4.2 Franchising .....	36
4.2.1 Pojmy súvisiace s franchisingom .....	36
4.2.2 História najznámejšieho franchisingového reťazca.....	37
4.2.3 Franchisingový systém spoločnosti X.....	37
4.2.4 Investície a poplatky.....	38
4.3 Forfaiting .....	39
4.3.1 Pojmy súvisiace s forfaitingom .....	39
4.3.2 Forfaiting na Slovensku .....	40
4.3.3 ČSOB forfaiting.....	40
4.3.4 Priebeh forfaitingovej operácie .....	41
5 Záver .....	43
6 Zoznam použitej literatúry.....	45
7 Prílohy.....	48

## Úvod

Financovaním podniku v klasickom ponímaní rozumieme ciele, príležitosti a spôsoby obstarania kapitálu pre podnik. Financovanie však môžeme definovať aj ako činnosť založenú na ekonomickom a finančnom zhodnocovaní výroby, tvorby finančných zdrojov a ich účinnom využívaní vo výrobnom procese.

Existuje viacero kritérií členenia druhov financovania. Jedným z nich je aj rozdelenie financovania podniku podľa dlhodobosti získaného kapitálu a to na dlhodobé a krátkodobé financovanie. Najvýznamnejšími spomedzi dlhodobých foriem financovania sú leasing, franchising a forfaiting.

Leasing je jednou z foriem ako financovať podnik. Predstavuje vo všeobecnosti finančno-obchodnú operáciu, ktorá umožňuje subjektu obstarat' majetok podniku úplne alebo čiastočne z cudzích zdrojov bez priameho dopadu na výšku jeho vlastného kapitálu.

Finančný leasing je forma dlhodobého prenájmu, kedy je stanovená minimálna doba prenájmu, horná hranica však nie je obmedzená. Po skončení finančného leasingu má leasingový nájomca predkupné právo na odkup leasovaného majetku za dohodnutú zostatkovú cenu. Prevod vlastníckeho práva musí byť ale vopred zakotvený v leasingovej zmluve.

Franchising patrí medzi marketingový odbytový systém, v rámci ktorého poskytuje jedna strana druhej strane za priamu alebo nepriamu odplatu právo využívať súbor práv priemyselného a duševného vlastníctva s cieľom výroby a marketingu určitého druhu tovaru, služieb alebo technológií.

Pri forfaitingu ide o pohľadávky s dlhou dobou splatnosti. Preto vyžadujú forfaitingové spoločnosti krytie týchto pohľadávok bonitnou zárukou. Táto záruka, ktorá sa vždy vydáva v prospech forfaitingovej spoločnosti, musí byť neodvolateľná, bezpodmienečná a prevoditeľná.

# 1 Prehľad o súčasnom stave riešenej problematiky

## 1.1 Financovanie podnikov

Jedna z definícií uvádza, že podnikové financie sú sústavou peňažných vzťahov, do ktorých podnik vstupuje pri získavaní finančných zdrojov, pri ich alokovaní a viazaní v jednotlivých zložkách majetku, pri produktívnom využívaní majetku a pri rozdeľovaní dosiahnutých výsledkov, tvrdí **KOŠČO, T. – SZOVICS, P. – ŠEBO, A. – TÓTH, M.** (2006).

**ARZMULLER, A. – GAEDKE, K. a kolektív** (2004) uvádzajú, že pod pojmom financovanie sa rozumejú všetky činnosti, ktoré sú zamerané na získavanie peňazí a majetku pre podnik, čo následne umožní produkciu tovarov a poskytovanie služieb.

Financovanie je podľa **KOŠČA, T. – SZOVICSA, P. – TÓTHA, M.** (2004) proces získavania kapitálu, s ktorým podnik hospodári, s pomocou ktorého vykonáva svoju podnikateľskú činnosť. Veľkosť a štruktúra tohto kapitálu je daná finančnými potrebami podniku a finančnými zdrojmi, z ktorých sa kapitál sústreďuje.

**GOZORA, V.** (2005) uvádza, že financovanie je jedno z kritérií, ktoré ovplyvňujú výber vhodnej právnej formy podniku. Za jeden zo znakov podniku považuje ekonomickú samostatnosť, ktorej podstatou je efektívne zhodnocovanie zdrojov na dosiahnutie požiadaviek objemu zisku a možnosti samofinancovania organizačno-technického, personálneho a sociálneho rozvoja organizácie.

**KUPKOVIČ, M.** (2003) tvrdí, že cieľom financovania je zabezpečiť dostatočný prísun finančných zdrojov a tým dosiahnuť finančnú sebestačnosť podniku, zachovanie a udržanie finančnej rovnováhy a optimálnej kapitálovej štruktúry. Ďalej dodáva, že úlohou financovania je riešiť dodávateľsko-odberateľské vzťahy, vzťahy so štátnym rozpočtom, s rozpočtom miest a obcí a pod. Podľa neho financovanie podniku v podmienkach trhovej ekonomiky predstavuje súhrn opatrení zameraných na:

- zabezpečenie vlastných a cudzích prostriedkov z peňažného a kapitálového trhu a určenie pomeru medzi vlastným a cudzím kapitálom,
- investovanie prostriedkov do investičného a obežného majetku,
- zabezpečenie likvidity podniku, porovnávanie príjmov a výdajov, finančných plánov a ročných uzávierok.

Druhy financovania možno rozdeliť podľa piatich rozličných kritérií, uvádza **TRÁVNIK, I.** (2003). Jedná sa o najčastejšie sa vyskytujúce kritéria členenia druhov financovania:

1. podľa časového priebehu podnikania rozlišujeme:
  - financovanie mimoriadne – pri zakladaní podniku,
  - financovanie bežné, následné – pri financovaní rozšírenej reprodukcie,
2. podľa počtu finančných prípadov rozlišujeme financovanie:
  - príležitostné, náhodné – pri fúzií, sanácií alebo likvidácií,
  - bežné – ktoré spočíva v zabezpečovaní a vynakladaní finančných prostriedkov na bežnú prevádzku,
3. podľa dlhodobosti získaného kapitálu rozlišujeme:
  - krátkodobé financovanie,
  - dlhodobé financovanie,
4. podľa vlastníckych vzťahov rozlišujeme:
  - financovanie z vlastných zdrojov,
  - financovanie z cudzích zdrojov,
5. podľa toho, či finančné prostriedky sú vonkajšie alebo získané vlastnou podnikovou činnosťou rozlišujeme:
  - externé – vonkajšie zdroje financovania,
  - interné – vnútorné zdroje financovania.

Vzťahy vznikajúce pri získavaní finančných zdrojov, s ktorými potom podnik hospodári (pôvodné vklady vlastníkov, resp. spoločníkov, ich dodatočné vklady, rôzne úverové zdroje, vlastné zdroje vytvorené v priebehu hospodárenia a v istých prípadoch aj dotácie zo štátneho rozpočtu ale rôznych verejných fondov či nadácií) označujeme spoločným pojmom financovanie podniku, tvrdí **VLACHYNSKÝ, K.** (2006).



Finančné zdroje podľa **STRÁŽOVSKÉJ, E. – STRÁŽOVSKÉJ, E** (2000) sú považované za kľúčovú stránku podnikania a za realizáciu podnikateľských príležitostí. Zabezpečenie potrebných zdrojov na podnikateľskú činnosť je tou najzávažnejšou prekážkou, pred ktorou stoja hlavne začínajúci podnikatelia. Cesty obstarania zdrojov financovania podnikateľského procesu sú rozdielne pričom ich podstata je v tom, aký je utvorený vlastnícky vzťah k získaným zdrojom. Z princípu budeme preto hovoriť o zdrojoch vlastných a cudzích. Podľa zdrojov financovania zase o interných a externých zdrojoch.

**VLACHYNSKÝ, K.** (2006) člení finančné zdroje z rôznych hľadísk, pričom každé z nich bližšie charakterizuje istú stránku ich pôsobenia v podniku. Vzájomné vzťahy z rôznych pohľadov na finančné zdroje podniku znázorňuje Tabuľka 1.

**Tabuľka 1**

**Členenie finančných zdrojov z rôznych pohľadov**

Finančné zdroje	zisk	odpisy	vklady vlastníkov	finančná pomoc	dlhodobé a strednodobé úvery a záväzky	krátkodobé úvery a záväzky
Času	trvalé				dlhodobé	krátkodobé
Zdroja	Interné		Externé			
Vlastníka	vlastné			cudzíe		

Zdroj: Vlachynský, K.: Podnikové financie. (2006, s. 76)

Ďalej podľa účelu, na ktorý sú určené finančné zdroje, získava podnik finančné zdroje ako kapitál alebo ako peniaze:

- o kapitály hovoríme vtedy, keď zdroje slúžia na zriadenie, rozšírenie, modernizáciu alebo iné zveľadenie podniku, investujú sa, vkladajú sa do podniku natrvalo alebo dlhodobo. Podnik ich získava na kapitálovom trhu.
- Finančné zdroje ako peniaze sa využívajú na zabezpečenie platobnej schopnosti a likvidity podniku. Potreba platiť nie je vždy v časovom súlade s uvoľňovaním prostriedkov v peňažnej forme, čo vedie k vzniku dočasnej potreby finančných zdrojov, ktoré podnik čerpá z peňažného trhu.

Podľa **VLACHYNSKÉHO, K.** (2006) financovanie podniku z interných (vnútorných) zdrojov je pokrývanie jeho potrieb zo zdrojov získaných z finančno-hospodárskej činnosti samého podniku. Podľa toho ako podnik získava zdroje, rozlišujeme:

- financovanie zo zisku (samofinancovanie),
- financovanie z odpisov,
- financovanie z rezerv,
- financovanie v dôsledku uvoľnenia peňazí (racionalizáciou, zmenou majetkovej štruktúry a uplatňovaním technického pokroku).

Najdôležitejšou skupinou zdrojov, ktoré tvoria vlastné zdroje sú:

- základné imanie,
- kapitálové fondy,
- fondy zo zisku,
- výsledok hospodárenia, ako:
  - zisk bežného účtovného obdobia,
  - nerozdelený zisk z minulých rokov, uvádzajú: **PATAKY, J. – HACHEROVA, Ž. – KOČNER, M.** (2008).

Ekonomické prostredie ponúka podnikom široké možnosti získavania cudzích zdrojov. V stabilnej ekonomike s dlhodobou udržateľným rozvojom platí, že použité cudzie zdroje, vzhľadom na relatívne nízke úrokové miery, sú pre podnik s vyváženou štruktúrou zdrojov a dobrým úverovým ratingom lacnejšie ako zdroje vlastné, tvrdí **BELICA, M.** (2002).

Ako uvádza **BIELIK, P.** (2001), problematika financovania potrieb podniku cudzími zdrojmi má v podnikoch mimoriadny význam. Podnikateľ, resp. podnik je rvalo konfrontovaný s ekonomickým prostredím, ktoré ho nabáda k aktivite prejavujúcej sa v neustálom hľadaní nových možností financovania tak svojich krátkodobých, ako i dlhodobých potrieb. Cudzíe zdroje financovania môžeme rozdeliť na bankové úvery, obchodné úvery a emitované dlhopisy.

Podľa **MIŽIČKOVEJ, E. – UBREŽIOVEJ, I.** (2007) sú úvery najrozšírenejším a najčastejšie používaným zdrojom, ktoré sa členia na:

- dlhodobé úvery so splatnosťou viac ako 4 roky. Patria sem obligácie, pôžičky, hypotéky a finančné úvery, ktoré pre malých a stredných podnikateľov nie sú významné, nakoľko sú pre nich nedostupné,
- strednodobé úvery, so splatnosťou 1 – 4 roky,
- krátkodobé úvery, ktoré sú najvyužívanejšie medzi malými a strednými podnikateľmi. Jedná sa o :
  - dodávateľské úvery,
  - preddavky pre odberateľov,
  - krátkodobé bankové úvery,
- kontokorentný úver slúži hlavne na prekonanie krátkodobej platobnej neschopnosti a likvidity,
- krátkodobá účelová pôžička sa poskytuje na konkrétny účel,
- lombardný úver banka poskytuje proti záruke obchodovateľného majetku, zárukou môžu byť cenné papiere alebo zmenky,
- eskontný úver sa poskytuje odkúpením zmenky znejúcej na podnikateľovo meno pred termínom splatnosti,
- prevzatím bankovej záruky sa neposkytujú peniaze, ale banka ručí za záväzky podnikateľa. Ak podnikateľ nezaplatí, banka musí zaplatiť sama.

Ako uvádzajú **SERENČÉŠ, P. – SERENČÉŠ, R. – TÓTH, M. – ČIERNA, Z. – RÁBEK, T.** (2010) existujú aj tzv. osobitné formy financovania malých a stredných podnikov:

- faktoring
- forfaiting
- leasing
- franchising

## 1.2 Leasing

**PIAČEK, J.** (2002) tvrdí, že pre podnikateľa, ktorý nemá dostatok vlastných zdrojov a úver je „drahý“, sa pre obstaranie hmotného majetku výhodne javí leasing. Pri financovaní z vlastných zdrojov je „nápor“ na finančné prostriedky v čase obstarania, kým pri leasingu a úvere sa finančné výdavky rozkladajú na dlhšie časové obdobie. To má veľký význam na likviditu firmy. Náklady v tomto prípade môžeme členiť na náklady, ktoré nie sú výdavkami (odpisy), a náklady, ktoré sú aj výdavkami (úrok a leasingové splátky). Tieto sú zaujímavé aj z toho hľadiska, že znižujú daňový základ, čím podnikateľovi vzniká daňová úspora.

Leasing možno s ohľadom na jeho účel podľa **HOLÍKA, P.** (2005) zaradiť medzi vonkajšie zdroje financovania podnikateľskej činnosti. Leasing vykazuje oproti úverom celú radu odlišností právneho, účtovného aj ekonomického charakteru. Jeho podstatou je prenájom vecí s právom jej následného odkúpenia. Výhodou je, že berie na seba celú radu rizík, ktoré sa vyskytujú u dodávateľských a bankových úverov.

Leasing patrí medzi obojstranne výhodné a rozšírené obchodné zmluvné vzťahy, na základe ktorých možno získať a užívať predmety potrebné na podnikanie, ktorý sa tiež označuje ako zmluva o kúpe najatej veci, uvádza **FEKETE, I.** (1998).

Podľa **MIŽIČKOVEJ, E. – UBREŽIOVEJ, I.** (2007) sa leasing v posledných rokoch veľmi rozšíril hlavne na financovanie nehnuteľností, výrobných zariadení a technologických liniek, výpočtovej techniky a dopravných prostriedkov.

Samotný pojem leasing pochádza z anglického slova „lease“ (najať, prepožičať) a bežne sa používa v obchodnej terminológii. Leasing je jednou z dlhodobých foriem získavania a financovania tovaru. Pod pojmom tovar rozumieme hnutel'nosť prípadne nehnuteľnosť, ktorú využíva podnik na uskutočňovanie svojej podnikateľskej činnosti.

**PULZ, J.** (1993) pojednáva o tom, že moderná podnikateľská činnosť vo vyspelých trhovách ekonomikách bezprostredne súvisí s investičným rozvojom a modernými technológiami, čo je stále vo väčšej miere závislé na finančných zdrojoch. Jej klasické formy – vlastný kapitál, dodávateľský alebo bankový úver sú preto stále vo väčšej miere

doplňované novými, pružnejšími formami financovania, ku ktorým je nutné na prvom mieste zaradiť leasing.

Ako tvrdí **PERTJÁNOŠOVÁ, B.** všeobecný princíp leasingu spočíva v tom, že poskytovateľ leasingu – prenajímateľ poskytne príjemcovi – nájomcovi určitý predmet (hnuteľnosť alebo nehnuteľnosť) na používanie, a to proti bežným platbám, pričom prenajímateľ zostáva v právnom slova zmysle majiteľom leasovaného tovaru. Medzi prenajímateľom a nájomcom sa uzatvára zmluva. Po jej uplynutí leasovaný tovar predá prenajímateľ nájomcovi za zostatkovú cenu, alebo ho nájomca vráti prenajímateľovi, prípadne prenajímateľ môže ponúknuť nájomcovi tovar k ďalšiemu prenájomu.

Vznik leasingu môžeme teda pripísať prirodzeným príčinám. Na jednej strane banky respektíve iné subjekty disponovali relatívne voľným kapitálom, na strane druhej stáli podnikatelia so svojimi vlastnými problémami. Medzi jednotlivé konkrétne príčiny vzniku leasingu patrili drahé bankové úvery a ich ťažká prístupnosť ako i rastúca potreba podnikateľského kapitálu a nedostatok vlastných zdrojov.

Leasing vo svojej špecifickej obchodnej a finančnej podobe ako tvrdí **FEKETE, I.** (1998), bol používaný už v 50. rokoch v USA. V roku 1952 bola v USA založená Leasingová spoločnosť Spojených štátov (United States Leasing Corporation). Pôvodne bol leasing uskutočňovaný v rámci jednotlivých štátov. Možnosť zvyšovania zisku viedla k internacionalizácii leasingu. Do Európy sa leasing dostal ako osvedčený spôsob odbytu výrobkov. Napriek tomu Spojené štáty americké zostali krajinou, kde leasing zapustil najhlbšie korene.

Za posledných 40 rokov sa samozrejme objavilo mnoho teórií a definícií leasingu, každá z nich vyhovovala iným účelom, a to buď právnickým, účtovníckym, fiškálnym alebo marketingovým. S postupným rozširovaním leasingových operácií v medzinárodnom meradle nastal zákonite problém jeho medzinárodného výkladu.

Určité vyjasnenie podľa **VÁLEKA, V. – BÁČU, J.** (1994) vniesol do tejto oblasti v septembri 1982 Medzinárodný komitét pre účtovné štandardy ( JADC), ktorý publikoval celý rad definícií mnohých bežných leasingových pojmov. Z praktického

hľadiska má značný význam Dohoda UNIDROIT o medzinárodnom finančnom leasingu, ktorá bola uzavretá 28.5.1988 v kanadskej Ottawe.

**FEKETE, I.** (1998) uvádza, že Medzinárodný inštitút pre unifikáciu súkromného práca (UNIDROIT), ktorý skúma metódy harmonizácie a unifikácie súkromnoprávných noriem jednotlivých štátov a pripravuje návrhy medzinárodných zmlúv riešiacie problémy spojené s obchodnými transakciami s medzinárodným prvkom, zohral značnú úlohu v analýzach leasingu.

**VÁLEK, V. – BÁČA, J.** (1994) dodáva, že UNIDROID má tri kapitoly a obsahuje 25 článkov. Prvá kapitola (čl. 1-6) obsahuje všeobecné ustanovenia a rozsah pôsobnosti, druhá kapitola (čl. 7-14) obsahuje občianskoprávne a obchodnoprávne ustanovenia o finančnom leasingu, tretia kapitola (čl. 15-25) potom obsahuje záverečné ustanovenia z oboru tzv. zmluvného práca.

V praxi sa vyvinulo veľa foriem leasingu. V podstate ich môžeme členiť na dve základné skupiny a to operačný leasing a finančný leasing, tvrdí **PETRJANOŠOVÁ, B.**

Tak ako väčšina autorov aj **STUCHLOVÁ, L. – VORLÍČKOVÁ, H.** (2004) rozdeľujú leasing na operatívny a finančný a dodávajú, že operatívny leasing – prevádzkový – sa uzatvára na kratší čas ako je životnosť zariadenia (prenájom áut, počítačov). Finančný leasing charakterizujú ako dlhodobý kontrakt, ktorý sa v zásade končí prevodom do vlastníctva nájomcu.

Finančný leasing predstavuje z formálneho hľadiska prenájom, vôbec sa však nepredpokladá, že sa predmet nájmu vráti leasingovej spoločnosti. Pre obdobie platnosti zmluvy leasingová spoločnosť svojmu partnerovi takýto krok priamo zakazuje. Tým si zabezpečuje návratnosť vynaložených prostriedkov. Na rozdiel od toho má operatívny leasing krátkodobejší charakter, predmet nájmu sa po uplynutí doby prenájmu vracia prenajímateľovi, ktorý býva špecializovaná firma alebo výrobca. V dobe prenájmu nedochádza k plnému odpísaniu daného predmetu nájmu, predpokladá sa jeho prenájom ďalším záujemcom, uvádza **HAMBÁLKOVÁ, M.** (1996).

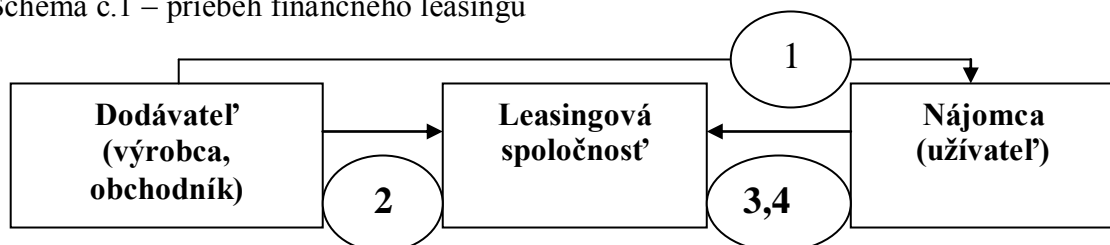
Podľa **PODOLÁKA, A. a kolektív** (2007) sa finančný leasing uskutočňuje nepriamo a jeho základ je v trojstrannom vzťahu medzi výrobcou, leasingovou spoločnosťou (prenajímateľom) a leasingovým používateľom (nájomcom). Z pohľadu výrobcu je úlohou leasingovej spoločnosti podporovať predaj dlhodobého hmotného majetku a tovarov financovaním leasingových obchodov. Medzi výrobcu a nájomcu sa včleňuje leasingová spoločnosť. Financuje prenájatý objekt tak, že výrobcovi vyplatí kúpnu cenu predmetu leasingu, a tým sa stáva vlastníkom a prenajímateľom predmetu leasingu vo vzťahu k užívateľovi (nájomcovi).

Finančný leasing založený na dlhodobom prenájme upravenom príslušnou formou, v rámci ktorej prevádza vlastník zariadenia na užívateľa v podstate všetky riziká a výnosy spojené s vlastníctvom daného majetku. Toto vlastnícke právo pritom môže, ale i nemusí byť prevedené právne. V priebehu dohodnutého nájomného vzťahu by mal nájomca prenajímateľovi prostredníctvom dohodnutých splátok uhradiť obstarávacie náklady predmetu, úrokové náklady z danej finančnej transakcie a odpovedajúcu ziskovú maržu, tvrdí **VÁLEK, V. – BÁČA, J.** (1994).

Ako uvádza **PETRJÁNOŠOVÁ, B.** finančný leasing má tieto charakteristické črty:

- jeho predmetom sú určité predmety, niekedy aj celý podnik,
- investičné riziko nesie nájomca,
- zmluvy sú strednodobé a dlhodobé,
- v zmluve sa dohodne základná nájomná doba, ktorá môže zodpovedať dobe plnej alebo čiastočnej amortizácií prenájatého predmetu,
- okrem leasingového prenájmu sa čoraz viac uplatňujú rôzne leasingové služby.

Schéma č.1 – priebeh finančného leasingu



1. dodávka leasovaného objektu
2. predaj leasovaného objektu leasingovej spoločnosti

3. uzatvorenie leasingovej zmluvy medzi leasingovou spoločnosťou a nájomcom
4. platenie nájomného leasingovej spoločnosti.

Ako tvrdí **PODOLÁK, A. a kolektív** (2007) leasing sa rozšíril i v medzinárodnom meradle, kde má nájomca sídlo v jednej krajine a prenajímateľ v druhej krajine. Leasingová spoločnosť v krajine vývozcu sprostredkuje leasingový obchod s korešpondenčnou leasingovou spoločnosťou v krajine dovozcu. V niektorých prípadoch môže v medzinárodnom leasingu vzniknúť situácia, že finančný leasing sprostredkuje leasingová spoločnosť v tretej krajine.

V prípade, keď prenajímateľ dáva do nájmu predmet leasingu užívateľovi v inej krajine, ide o leasing vývozný. Z pohľadu užívateľa ide o leasing dovozný. V týchto prípadoch sú predmetom záujmu aj ďalšie otázky, ako zahranično-obchodná politika a zákony upravujúce devízovú, cenovú, daňovú a účtovnú politiku.

Leasingová zmluva má obsahovať tieto súčasti, tvrdí **HAMBÁLKOVÁ, M.** (1996):

- upravuje prevzatie predmetu leasingu nájomcom – protokol o prevzatí,
- menu v ktorej sa bude platiť,
- platobné podmienky a podmienky dodávky,
- výšku leasingových splátok fixné a variabilné,
- presné určenie termínov splatnosti jednotlivých splátok,
- splátkový kalendár,
- poistenie predmetu leasingu,
- použiteľné právo a sídlo príslušného súdu,
- nevypovedateľný čas trvania leasingovej zmluvy,
- dodatok o dôsledkoch neplnenia zmluvy – neplatenia leasingových splátok,
- požadovaná banková záruka,
- spôsob prevodu predmetu leasingu.

**PETRJÁNOŠOVÁ, B.** pojednáva o výhodách a nevýhodách leasingu. Medzi výhody leasingu zaradila:

- u nájomcu nahrádza nedostatok vlastného kapitálu,



- v prípade dostatočného množstva vlastného kapitálu ho umožňuje využiť na iné účely,
- rozširuje investičné možnosti nájomcu,
- prenajaté výrobné prostriedky sú na úrovni najmodernejšej techniky,
- prenajímateľ zväčša vykonáva servis,
- rozširuje možnosti odbytu výrobcov i nájomcov,
- zvyhodňuje odpisovanie a znižuje základňu k daňovému priznaniu o leasingové splátky,
- znižuje, prípadne eliminuje riziká.

Medzi nevýhody leasingu zaraďuje:

- vysoké nájomné,
- veľké nároky na kapitál u prenajímateľa (výrobky nepredáva, ale prenajíma).

### 1.3 Franchising

**SERENČEŠ, P. – SERENČEŠ, R. – TÓTH, M. – ČIERNA, Z. – RÁBEK, T. (2010)** tvrdia, že franchising je dohoda medzi kapitálovo silnou a začínajúcou firmou o práve predávať svoje výrobky, resp. o poskytovaní služby podľa štandardných postupov veľkej firmy. Firma postupujúca tieto práva môže poskytovať v zmysle franchisingovej zmluvy aj časť finančných prostriedkov.

Osobitným spôsobom licenčnej spolupráce je franchising, uvádza **HORSKÁ, E. (2007)**, kde poskytovateľ (franchisor) udeľuje nadobúdateľovi (franchisee) právo na predaj výrobku alebo na poskytovanie služieb a spolu s tým mu dáva k dispozícii know-how, strojové zariadenie, uskutočňuje zaškolenia a pod. Na druhej strane prísne viaže nadobúdateľa na dodržiavanie kvality výrobkov a poskytovaných služieb. Povolenie sa udeľuje zmluvne, za poplatok. Tento spôsob podnikania sa využíva najmä v oblasti reštauračných a hotelierskych služieb, pri prenájmoch automobilov a distribúcií. Autorka ďalej dodáva, že franchising umožňuje efektívne vytvárať silnú pozíciu na odbytových trhoch, a to s relatívne nízkymi nákladmi a nízkym rizikom.

Podľa konkrétnych ustanovení franchisingovej zmluvy poskytuje franchisor spravidla svoje know-how, receptúry a technologické postupy, umožňuje využívať zavedené odbytové cesty a prisúva aj isté finančné prostriedky. Časť potrebného kapitálu však

musí vložiť aj franchisee. Ten je za odmenu povinný odvádzať dohodnutú časť svojich tržieb alebo svojho zisku. Vzťah medzi partnermi kontraktu môže byť trvalý alebo po uplynutí istého času predá franchisor svoje práva franchiseemu, ktorý sa tak zbaví svojich povinností voči franchisorovi. Všetky vzťahy medzi zúčastnenými subjektami upravuje zmluva, tvrdia **KOŠČO, T. – SZOVICS, P. – ŠEBO, A. – TÓTH, M.** (2006).

Podľa **ŘEZNÍČKOVEJ, M.** (2009) sa dá zhrnúť, že franchising je forma podnikania založená na vytváraní kooperačných vzťahov. Je jednou z najrozšírenejších foriem vertikálnej spolupráce veľkých a malých firiem. Zakladateľ systému, franchisor, predstavuje jadro tvoriace koordinačné centrum celého systému. Je pôvodca a majiteľ podnikateľského nápadu, ktorý sa ďalej stáva predmetom obchodu. Na druhej strane stojí príjemca franchisingu, franchisant, predstavujúci partnera, ktorý kupuje určitý výrobok, službu alebo recept. Nejde samozrejme len o samostatný výrobok, ale predovšetkým o koncept a ochrannú známku, s ktorou sa kupuje kompletný image firmy. Vzájomné vzťahy medzi franchisorom, jednotlivými franchisantmi a ostatnými subjektami na trhu, ktorými sú napríklad banky alebo dodávatelia a prepravcovia, vytvárajú spolu fungujúci franchisingový systém.

Franchising, ktorý podobne ako leasing a factoring má svoj pôvod v Spojených štátoch amerických sa v osemdesiatych rokoch dvadsiateho storočia sa rýchlo rozšíril do vyspelých štátoch Európy a potom aj v ďalších ekonomických regiónoch, uvádza **MENDELSON, M. – ACHESON, D.** (1989).

Franchising ako marketingový nástroj pre šírenie výrobkov a skvalitnenie služieb vzniká na prelome 19. a 20. storočia v USA. Za prvého používateľa franchisingu je považovaná firma Singer Sewing Machine Company, ktorá sa už v rokoch 1860 – 1863 zaoberala priemyslovým a odbytovým systémom šijacích strojov. Neskôr, približne koncom deväťdesiatych rokov 19. storočia zaviedla firma General Motors predaj áut na princípe franchisingu. Rozvoj franchisingu bol ovplyvnený najmä dvoma príčinami. Prvou príčinou bola možnosť získania pôžičiek a druhou príčinou bol reálny stav ekonomiky, v ktorej nové nápady mohli byť rýchlo uplatnené práve prostredníctvom franchisingu. Koncom šesťdesiatych rokov 20. storočia niektoré veľké podniky zmenili politiku v oblasti vlastníctvu voči vlastným prevádzkovým jednotkám. Spoločnosti Holiday Inns, Kentucky Fried Chicken i McDonald's zrušili svoje dcérske pobočky

a predali ich prenajímateľom na princípe franchisingu. Franchising sa teda rýchlo rozšíril v oblasti reštauračného stravovania a rýchleho občerstvenia. O niečo neskôr nastal boom aj v hotelierstve (Hilton, Sheraton). V súčasnej dobe sa franchising používa takmer na všetkých kontinentoch. Najviac je rozšírený v USA, Kanade, Francúzsku a Japonsku, tvrdí **ŘEZNÍČKOVÁ, M.** (2009).

Podľa **HAMBÁLKOVEJ, M.** (1996) sa franchising v súčasnosti používa vo vzťahu k trom odlišným marketingovým systémom:

- výroba patentovaných výrobkov, ako sú napr. nealkoholické nápoje, na základe licencie od majiteľa patentu, pričom súčasťou licencie je aj právo výrobcu pripájať k výrobkom ochranné známky poskytovateľa licencie,
- distribútorské zmluvy, napr. na automobily alebo benzín,
- licenčné zmluvy, podľa ktorých je nadobúdateľ zmluvy licencie oprávnený prevádzkovať špecifickú podnikateľskú činnosť pod obchodným názvom, ochrannou známkou patriacimi poskytovateľovi licencie a podľa ktorých poskytovateľ kontroluje ako nadobúdateľ podniká a poskytuje mu priebežne pomoc a radu týkajúcu sa jeho podnikateľskej činnosti. Oba podniky sú viac menej samostatné.

**LOEBL, Z. – LUKAJOVÁ, D.** (1994) uvádzajú, že práve licenčné zmluvy sú známe tiež ako franchising obchodného formátu, ktorý sa ujal v západnej Európe a dodávajú, že franchising obchodného formátu sa rozdeľuje na niekoľko druhov, a to na:

- servisný franchising, kde franšízant poskytuje služby pod obchodným názvom alebo symbolom a niekedy i ochrannou známkou poskytovateľa,
- výrobný franchising, kde nadobúdateľ vyrába produkty podľa inštrukcií poskytovateľa a predáva ich pod jeho ochrannou známkou,
- distribučný franchising, kde nadobúdateľ predáva určité zboží v obchode, ktorý nesie obchodný názov alebo symbol poskytovateľa.

**REZNÍČKOVÁ, M.** (2009) uvádza, že franchising ako marketingovú metódu môžeme klasifikovať hneď z niekoľkých hľadísk, a to:

- historické hľadisko
  - historicky najstarší typ je tzv. výrobný franchising, ktorý predstavoval povolenie k predaju určitých značkových výrobkov a kedy franchisant obdržal od franchisora presný popis výrobného postupu,
  - komplexnejšiu a dnes aj častejšou formou je podnikateľský franchising, inak známy aj ako odbytový franchising, ktorý je podnikaním na kľúč. Franchisant získava overený podnikateľský nápad, pomoc pri vyhľadávaní miesta k založeniu vlastného podniku, pomoc pri riadení vlastného podniku a eventuálnu finančnú pomoc. Tento typ je najcharakteristickejší pre oblasť poskytovania služieb.
- predmet franchisingu
  - priemyslový franchising, ktorý je zameraný na výrobu výrobkov,
  - distribučný franchising, ktorý je zameraný na predaj výrobkov,
  - franchising služieb
  - veľkoobchodný franchising, ktorého predmetom je podnikanie na veľkoobchodnej úrovni.
- osoba franchisanta
  - franchising medzi fyzickými osobami,
  - franchising medzi právnickými osobami,
  - zmiešaný franchising.
- vertikálne členenie
  - jednostupňový franchising, franchisor poskytuje franchising len franchisantom na rovnakej úrovni,
  - viacstupňový franchising, existuje tu viac úrovní franchisantov.
- vzťah k tretím osobám
  - master-franchising, v ktorom franchisor poskytuje franchisantovi právo poskytovať franchising ďalším franchisantom. Franchisant sa tak stáva quazifranchisorom, aj keď s omezenými právomocami,
  - jednoduchý franchising, v ktorom má franchisant zakázanú akúkoľvek činnosť, ktorá by mohla viesť k prezradeniu dôležitých informácií a údajov týkajúcich sa franchisingového systému tretím osobám.
- teritoriálne hľadisko

- národný franchising, ktorý sa uskutočňuje medzi franchisorom a franchisantom z toho istého štátu,
- medzinárodný franchising, ktorý je poskytovaný do iného štátu.
- exkluzivita výrobkov
  - minifranchising, ktorý sa používa pri exkluzívnych výrobkoch,
  - franchising týkajúci sa bežného sortimentu výrobkov.

Podľa **HORSKEJ, E.** (2007) franchising umožňuje efektívne vytvárať silnú pozíciu na odbytových trhoch, a to s relatívne nízkymi nákladmi a nízkym rizikom. Jeho výhodou je poznanie miestneho trhu vykonávateľom. Nevýhodou je obmedzený ziskový potenciál, podpora rozvoja budúceho konkurenta, zhoršovanie imidžu a stratovosť v prípade nedodržovania dohodnutej kvality poskytovaných služieb a výrobkov.

**REZNÍČKOVÁ, M.** (2009) tvrdí, že k výhodám franchisingu patrí vytvorenie vlastnej štruktúry odbytovej siete, odbytová istota, rozšírenie podielu na trhu, zníženie nákladov na otváranie nových podnikov, rýchle uplatnenie myšlienky s malými nákladmi, jednotná prezentácia a propagácia smerom von a zároveň dodáva, že k nevýhodám franchisingu patrí to, že obchodný koncept je fixný a hotový, detailné zmeny sú možné uskutočňovať iba zriedka, na zreteľ musia byť brané i záujmy ostatných členov franchisingového systému, franchisant sa musí prispôbovať, franchisor pozná všetky dôležité údaje medzi jednotlivými partnermi v rámci franchisingového systému, franchisingové systémy s početnými partnermi majú tendenciu k byrokraciám.

## 1.4 Forfaiting

**SERENČEŠ, P. – SERENČEŠ, R. – TÓTH, M. – ČIERNA, Z. – RÁBEK, T.** (2010) tvrdia, že forfaiting predstavuje formu financovania dodávateľa. Uskutočňuje sa prostredníctvom odkúpenia strednodobých a dlhodobých pohľadávok forfaitingovou organizáciou (forfaiterom). V praxi ho využívajú najmä podniky, ktoré vytvárajú rozsiahle investičné celky, predovšetkým v zahraničí, s dlhšou dobou splatnosti. Preto nachádza forfaiting uplatnenie najmä v strojárstve, elektrotechnike a energetike.

Podľa **BELICU, M.** (2002) sa forfaiting podobne ako faktoring najčastejšie používa pri krytí zahranično-obchodných operácií, pri ktorých sa aktivujú dlhodobé pohľadávky.

V princípe teda ide o proces odkupovania strednodobých a dlhodobých pohľadávok špecializovanou forfaitingovou spoločnosťou, najčastejšie založenou komerčnou bankou a podporného mechanizmu v uspokojení potrieb svojich klientov.

Forfaiting je prevažne spojený s predajom strojov, zariadení a investičných celkov, ktoré majú podobu bankovej záruky, zmenky alebo akreditívu. Čiže forfaitingová spoločnosť pri odloženej platbe kupuje konkrétne zmenky alebo akreditívy. Predávajúcemu vyplatí čistý výnos po odpočítaní svojich nákladov. Forfaiter si pri odkúpení pohľadávky zrážajú riziková províziu, režijné výdavky, diskont, alebo iné poplatky so zreteľom na poskytované služby, uvádzajú **MIŽIČKOVÁ, E. – UBREŽIOVÁ, I.** (2007).

Podľa **SERENČÉŠA, P. – SERENČÉŠA, R. – TÓTHA, M. – ČIERNEJ, Z. – RÁBEKA, T.** (2010) pri odkúpení pohľadávok preberá na seba forfaitingová spoločnosť všetky riziká a nemá tak možnosť uplatniť spätný postih na dodávateľa (exportéra), ak nie je pohľadávka odberateľom (importérom) riadne uhradená. To znamená, že forfaiting je na rozdiel od faktoringu vždy regresný a dodávateľovi po podpísaní zmluvy bude uhradená jeho pohľadávka (mínus poplatky a úroky) a všetky riziká spojené s predmetným obchodným prípadom v plnej miere prechádzajú na forfaitera.

**KOŠČO, T. – SZOVICS, P. – TÓTH, M.** (2004) tvrdia, že forfaiting je technika, ktorá sa uplatňuje v zahraničnom obchode. Predstavuje vo všeobecnosti formu strednodobého a dlhodobého úverovania. Transakcia prebieha takto. Exportér dodá tovar importérovi na úver (poskytne mu dodávateľský úver), pričom importér vystaví v prospech exportéra zmenku alebo uzná svoj dlh písomne formou dlžného úpisu. Ak exportér chce získať peniaze pred uplynutím splatnosti svojej pohľadávky, môže ju predať forfaiterovi (zvyčajne je to banka exportéra). Forfaiter po zrážke úroku a provízie uhradí sumu pohľadávky exportérovi. Pritom preberá všetky riziká plynúce z pohľadávky, to znamená, že v prípade platobnej neschopnosti importéra nemá žiadne právo postihu voči exportérovi – ten ručí importérovi len za kvalitu a funkčnosť dodaného tovaru. V ideálnom prípade sa forfaitový kontrakt pripravuje súbežne s dodávateľským kontraktom. Pri splatnosti pohľadávky predloží forfaitér zmenku resp. dlžný úpis na úhradu importérovi. Ak by tento nebol schopný dlh splatiť, musí ho

uhradiť subjekt, ktorý prevzal záruku. Vo všeobecnosti je forfaiting pre vývozcu relatívne drahou formou refinancovania pohľadávok.

**SERENČEŠ, P. – SERENČEŠ, R. – TÓTH, M. – ČIERNA, Z. – RÁBEK, T. (2010)** uvádzajú, že aby mohol dodávateľ využiť služby forfaitingovej spoločnosti, musí obchodný prípad spĺňať určité kritériá:

- splatnosť pohľadávok je strednodobá a dlhodobá, t. j. nebýva kratšia ako 180 dní,
- objem vzájomného obchodu medzi dodávateľom a odberateľom dosahuje relatívne vysoký objem,
- platby odberateľa by mali byť periodické, minimálne štvrtročné,
- odkupovaná pohľadávka musí byť vždy bonitne zaistená avalovou zmenkou, bankovou zárukou alebo dokumentárnym akreditívom,
- v prípade medzinárodného forfaitingu musí byť pohľadávka denominovaná v plne konvertibilnej mene,
- s pohľadávkou nie sú spojené práva tretích osôb,
- postúpanie pohľadávky forfaitingovou spoločnosťou na iného veriteľa nie je vylúčené.

**PODOLÁK, A. a kolektív (2007)** uvádza, že medzi výhody pre vývozcu (majiteľa, predávajúceho) pri realizácii forfaitingu patria:

- okamžitá úhrada pohľadávky, uvoľnenie kapitálu pre vývoznú činnosť a zrýchlenie obratu kapitálu,
- forfaitier preberá na seba všetky druhy rizík (úverové, kurzové, z nezaplatenia pohľadávky dlžníkom),
- všetky práce spojené s preverovaním bonity odberateľov, monitorovaním pohľadávky, so zabezpečením dokumentárnych platieb, so sledovaním kurzových pohybov a inkasom pohľadávky preberá forfaitier,
- zjednodušená dokumentácia ovplyvňuje rýchlosť uzatvárania finančných dohôd a možnosť voľby štruktúry financovania v súlade s požiadavkami obchodnej transakcie (vplyv na konkurencieschopnosť),

a zároveň dodáva, že k výhodám pre dovozcu patrí to, že:

- forfaitier je schopný dohodnúť pevné forfaitingové sadzby, čo je pri dlhodobosti pohľadávky dôležité pre dovozcu z hľadiska nákladov transakcie, plánovania toku peňazí v mene, v ktorej bude platiť splátky,
- získava alternatívne zdroje financovania a možnosť financovať transakcie na 100 %,
- zjednodušenie dokumentácie, rýchlosť uzatvárania zmlúv.

Podľa **KOŠČA, T. – SZOVICSA, P. – TÓTHA, M.** (2004) je osobitnou formou forfaitingu finančný forfaiting. Ide o financovanie exportéra forfaitingovou firmou ešte pred uskutočnením dodávky. Forfaitér tak poskytuje exportérovi pôžičku prevádzkového kapitálu pri relatívne výhodných úrokových podmienkach.



## 2 Cieľ práce

Cieľom bakalárskej práce je poskytnúť súhrnný prehľad o troch dlhodobých formách financovania podnikov, a to o leasingu, franchisingu a forfaitingu.

Čiastkovými cieľmi bakalárskej práce sú:

- poskytnúť prehľad o vývoji histórie leasingového trhu,
- načrtnúť vývoj leasingu v bývalej Československej federatívnej republike a neskôr na Slovensku a v Európe,
- poukázať na dopad svetovej hospodárskej a finančnej krízy na leasing,
- definovať pojmy súvisiace s leasingom,
- porovnať dva podobné finančné produkty a to leasing a úver,
- určiť základné odlišnosti medzi leasingom a úverom,
- poukázať na perspektívy vývoja leasingu v budúcnosti,
- definovať pojmy súvisiace s franchisingom,
- poukázať na históriu najznámejšej svetovej spoločnosti, ktorá podniká na základe franchisingu,
- poskytnúť prehľad podmienok, za akých sa môže podnikateľ stať franchisantom tejto spoločnosti,
- definovať vývoj forfaitingu na Slovensku,
- poukázať na forfaiting Československej obchodnej banky
- definovať priebeh forfaitingovej operácie.

### 3 Metodika práce

Metodika práce je založená na spracovaní a analyzovaní informácií o dlhodobých formách financovania podnikov.

Podklady pre vypracovanie práce sú získané z domácich a zahraničných knižných zdrojov, publikácií uverejnených na internete ako aj internetových článkov. Ako ďalší použitý podklad je brožúra Československej obchodnej banky Produkty obchodného financovania.

Prvá časť práce pojednáva o leasingu, venuje sa histórii leasingového trhu, jeho vývoju na Slovensku a v Európe. Prvá časť ďalej obsahuje definície pojmov súvisiacich s leasingom, porovnanie leasingu a úveru a perspektívy vývoja leasingu.

V druhej časti sú definované pojmy súvisiace s franchisingom, história najúspešnejšieho franchisingového reťazca, predpoklady, ktoré musia byť splnené pri franchisingovom podnikaní v tomto reťazci a poplatky platené v rámci franchisingového podnikania.

Tretia časť práce sa zaoberá forfaitingom, jeho vývojom na Slovensku, ponímaním forfaitingu Československou obchodnou bankou a priebehom forfaitingovej operácie.

Záver práce obsahuje stručné zhodnotenie vývoja leasingu, franchisingu a forfaitingu, perspektívy ich vývoja a dopad svetovej hospodárskej a finančnej krízy na tieto dlhodobé formy financovania.

Metodika je založená na:

- zhromažďovaní informácií,
- analyzovaní informácií,
- interpretovaní analyzovaných informácií,
- vypracovaní záverov

## 4 Výsledky práce

### 4.1 Leasing

#### 4.1.1 Pojmy súvisiace s leasingom

**Leasingová zmluva** – upravuje zmluvný vzťah medzi prenajímateľom a nájomcom z právneho hľadiska. Jej súčasťou sú všeobecné podmienky obsahujúce práva a povinnosti oboch zmluvných strán.

**Predmet leasingu** – môže ním byť hmotný predmet alebo majetkové právo. Predmetom môže byť osobné alebo úžitkové automobily, dopravná technika, stroje a zariadenia ako aj nehnuteľnosti.

**Obstarávacia cena** – reálna cena predmetu leasingu.

**Akontácia** – predstavuje nultú splátku, ktorá sa platí ešte pred prevzatím predmetu leasingu do užívania. Vyjadruje sa ako určité percento z obstarávacej ceny. Vo všeobecnosti platí, že čím je akontácia vyššia, tým je mesačná splátka leasingu nižšia.

**Zostatková cena** – cena, za ktorú si môže nájomca po skončení doby, na ktorú bola leasingová zmluva uzatvorená, odkúpiť predmet leasingu do svojho vlastníctva.

**Riadne ukončenie leasingovej zmluvy** – nastáva uplynutím posledného dňa dohodnutej doby nájmu a za podmienky, že nájomca zaplatil všetky splátky, ako aj vopred dohodnutú kúpnu cenu a splnil všetky ostatné záväzky vyplývajúce z leasingovej zmluvy.

**Predčasné ukončenie leasingovej zmluvy** – je neštandardným spôsobom ukončenia zmluvy, vykonaním na základe písomnej žiadosti klienta, prípadne z dôvodu vypovedania zmluvy klientovi leasingovou spoločnosťou pre porušenie Všeobecných podmienok leasingovej zmluvy.

**Cesia** – prevod leasingovej zmluvy na inú právnickú alebo fyzickú osobu, ktorá sa tým stáva plynulým pokračovateľom leasingu namiesto pôvodného nájomcu.

**Spätný leasing** – predmet leasingu vo vlastníctve nájomcu odkúpi leasingová spoločnosť, ktorá ho nájomcovi spätne prenajme. Aj napriek tomu, že predmet leasingu využíva naďalej nájomca, jeho vlastníctvo pri tomto vzťahu prechádza na leasingovú spoločnosť.

#### **4.1.2 História leasingového trhu**

Leasing má nepochybne bohatú históriu. Na rozdiel od dnešných sofistikovaných zmlúv boli prvé formy nájmov oveľa jednoduchšie, ale i napriek tomu vykazujú v základných prvkoch mnohé podobnosti.

Prvé zmienky o zmluvách o prenájme datujeme do okolo roku 2000 pred naším letopočtom v starom sumerskom meste Uf. Z roku 1700 pred naším letopočtom nachádzame ďalší významný záznam o prenájme, kedy babylonský kráľ Chamurapi zahrnul staré sumerské a achaiské zákony týkajúce sa prenájmu do svojich zbierok zákonov. Starovekí Gréci, Rimania a Egypťania používali vtedajšiu formu leasingu pôdy, dobytku a rôznych zariadení. V období stredoveku bolo využitie leasingu pomerne úzke, najčastejšie sa jednalo o leasing koní a hospodárskych nástrojov.

V roku 1855 vznikla vôbec prvá leasingová spoločnosť a to vo Veľkej Británii. Jej názov bol Birmingham Vagon Company a zaoberala sa prenájmom železničných vagónov. Jeden z ďalších známych prípadov modernej formy leasingu datujeme do roku 1877, kedy spoločnosť BELL Telephone Company zo Spojených štátov amerických na masívnu podporu predaja umožnila svojim zákazníkom kupovať svoje telefónne prístroje nie v hotovosti ale prostredníctvom postupných splátok. Veľký boom v oblasti vzniku leasingových spoločností v takej podobe ako ich poznáme dnes nastal najmä po druhej svetovej vojne. Hnacím motorom tohto javu sa stala hlavne daňovo výhodná legislatíva v 50. a 60. rokoch v Spojených štátoch amerických, Veľkej Británii a následne i v západnej Európe. V 60. rokoch minulého storočia taktiež výrazne prispela k rozvoju leasingového financovania moderných technologických zariadení ako počítače alebo komunikačné systémy technologická revolúcia. 28. mája 1988 bola

v Ottave na diplomatickej konferencii odsúhlasená Dohoda o medzinárodnom finančnom leasingu, ktorá je tiež známa pod menom Ottavská Dohoda. Táto dohoda bola dohodnutá v rámci Medzinárodného inštitútu pre unifikáciu súkromného práca UNIDROIT. Jedná sa doteraz o najvýznamnejšiu snahu v zjednotení praxe v medzinárodnom finančnom leasingu. Ottavská Dohoda napokon vstúpila do platnosti v roku 1995. Na Slovensku sa leasing začal dynamicky vyvíjať až po páde komunizmu od roku 1990. Ďalším významným medzníkom vo vývoji leasingu bolo 10. zasadanie Svetovej leasingovej konvencie v Paríži, na ktorej sa zúčastnilo 250 delegátov zo všetkých kontinentov. V súčasnosti sa leasing rozšíril na dve základné formy a to leasing finančný a operačný.

V súčasnosti sú najväčším leasingovým trhom na svete Spojené štáty americké, na ktorom sa ročne uskutočňujú leasingové obchody v hodnote viac než 150 miliárd USD. Celkovo v celosvetovom merítku dosahuje leasingový trh výšku približne 500 miliárd USD ročne. Vznik leasingových spoločností a samotného leasingového trhu mal za následok dynamický rozvoj takmer všetkých odvetví priemyslu, keďže sa pre podniky stalo dostupným získať najmodernejšiu technológiu bez potreby vlastného kapitálu.

#### **4.1.3 Vývoj leasingu na Slovensku a v Európe**

VÁLEK V. – BÁČA J. (1994) uvádzajú, že v našich podmienkach sa začal leasing prakticky uplatňovať od roku 1977, kedy boli spracované Spoločné zásady FMZO, FMF, SPK a SBČS pre uskutočňovanie dovozu a vývozu strojov na základe nájomných zmlúv. Podstatou týchto obchodných operácií bolo nahradiť nedostatok plánovaného objemu devíz na obstaranie investícií, poprípade korigovať ich chybné rozdeľovanie. Od polovice 80. rokov sa začal i u nás presadzovať finančný leasing prostredníctvom ČSOB a príslušných organizácií zahraničného obchodu. Prístup k zahraničnému (finančnému) leasingu odpovedal centrálnemu plánovanému systému riadenia československého národného hospodárstva.

Prevratné obdobie pre leasing v ČSFR nastalo v roku 1991. Počet uzavretých leasingových zmlúv sa rapídne zvýšil z dovtedy zaevidovaných 300 až na 4000. Objem leasingových operácií prekročil v roku 1991 sumu 5 miliárd Kčs. Príčinou takéhoto vývoja bola narastajúca potreba investičných zdrojov, ktorá bola spôsobená tak

vznikom ako aj rozvojom súkromného podnikateľského sektora. V tejto dobe zohrával leasing pri obstarávaní nových technológií nenahraditeľnú úlohu. Ďalšou príčinou prudkého rozvoja leasingu v tomto období bolo zavedenie vnútornej konvertibilnej koruny a udržanie jej stabilného kurzu voči voľne zameniteľným menám. Na základe tohto sa zvyšovala aj zainteresovanosť zahraničných leasingových subjektov na transakciách s našimi subjektmi. Poslednou významnou príčinou, ktorá sa pričínila o prudký rozvoj leasingu bolo zrušenie administratívneho fondového hospodárstva podnikov. Tie teda už nemuseli dodržiavať limitne stanovené objemy prostriedkov na investície, mzdy a iné účely.

20.10.1992 vznikla Asociácia leasingových spoločností Slovenskej republiky, ktorá sa stala nástupkyňou svojej predchodkyne v bývalej ČSFR. Táto asociácia združuje všetky leasingové spoločnosti, ale aj iné spoločnosti, ktoré sa zaoberajú leasingovými operáciami. Úlohou asociácie je podpora leasingových firiem ako aj sprostredkovávanie kontaktov medzi tuzemskými a zahraničnými leasingovými spoločnosťami. Asociácia ďalej zabezpečuje informačnú a vzdelávaciu činnosť pre svojich členov a taktiež sa stará o rozvoj nediskriminačného prostredia pre rozvoj leasingu v Slovenskej republike.

## Tabuľka 2

### Vývoj objemu leasingu od roku 1994 do roku 2004 v obstarávacích cenách bez DPH v miliónoch Sk

rok	hnutel'né predmety	nehnutel'nosti	spolu
1994	2520	0	2520,0
1995	6014	8,7	6022,7
1996	16680	23,7	16703,7
1997	21929	13,0	21942,0
1998	20502	17,6	20519,6
1999	17190	38,0	17228,0
2000	23520	29,0	23549,0
2001*	34291	1405,9	35696,9
2002*	39325	275,2	39600,2
2003*	41977	118,3	42095,3
2004*	43108	1502,7	44610,7

\* nezahrňa splátkový predaj (do roku 2004 bol splátkový predaj zahrňaný do štatistík ALS ako súčasť leasingu)

Zdroj: Majcher, M. a kol.: LEASING nástroj rozvoja podnikateľskej činnosti.

Bratislava: Eurounion, 1998, str. 224.

Marušin, J.: Lízingové financovanie. Bratislava: Ekonóm, 2004, str. 20.

www.lizing.sk

Bezpochyby najvýznamnejší nárast v objeme leasingu sa udial v roku 2001, kedy bol zaznamenaný nárast oproti roku 2000 až o 48%. V ďalšom období bol osud leasingu na Slovensku veľmi úzko spätý s výsledkami ekonomiky. V rokoch 2003 až 2008, ktoré boli pre slovenskú ekonomiku veľmi úspešné hlavne v oblasti nadpriemerného ekonomického rastu, si aj leasingový trh pripisoval významný rast objemu financovaných predmetov. Avšak tak ako na celú slovenskú ekonomiku, tak i na leasingový trh doľahli následky svetovej finančnej a ekonomickej krízy začiatkom roka 2009.

Obrázok č.1 poskytuje prehľad o prepade objemov obchodov leasingových spoločností podľa typu financovania za prvý polrok 2009 oproti prvému polroku 2008 v dôsledku svetovej ekonomickej a finančnej krízy.

Obrázok č.1 – Objemy obchodov leasingových spoločností podľa typu financovania

<b>Objemy obchodov lízingových spoločností podľa typu financovania</b>			
Typ zariadenia - Medziročný vývoj	Objem obchodov v mil. EUR		Zmena 2009/2008
	1. polrok 2009	1. polrok 2008	%
Finančný lízing	377	837	-54,9
Operatívny lízing	49	78	-37,2
Predaj na splátky + úver	305	394	-22,6
Spolu	731	1 309	-44,2

Zdroj: ALS SR

Zdroj: [www.hnonline.sk](http://www.hnonline.sk)

Z uvedenej tabuľky vyplýva, že v dôsledku svetovej finančnej a ekonomickej krízy v prvom polroku 2009 najväčší pokles z typov financovania zaznamenal finančný leasing a to takmer o 55%. V objeme je to zníženie o 460 miliónov eur. Viditeľný pokles zaznamenal taktiež operatívny leasing. Ten sa však na celkových leasingových operáciách podieľa iba malou mierou a využívajú ho najčastejšie veľké spoločnosti. Najnižší pokles spomedzi typov financovania, ktoré ponúkajú leasingové spoločnosti zaznamenal predaj na splátky a úver. Tento jav je spojený s tým, že predaj na splátky a úver bolo možné použiť na nákup osobných áut v rámci šrotovného.

V roku 2010 sa ekonomika Slovenska ako aj leasingový trh pomaly spamätával z krízy. K oživeniu leasingového trhu prispelo najmä oživenie na strane firemného segmentu, čoho dôkazom bol aj rast priemyselnej produkcie a celkového hrubého domáceho produktu na Slovensku. Ďalší oživujúci prvok bola aj nemennosť legislatívnych podmienok v oblasti leasingu. Ukázalo sa, že ťahúňom leasingového trhu na Slovensku sa stal v roku 2010 hlavne podnikateľský sektor.

Obrázok č.2 poskytuje prehľad o vývoji na leasingovom trhu v roku 2010 v medziročnom percentuálnom vyjadrení

Obrázok č.2 – Vývoj trhu v roku 2010

<b>Vývoj trhu v roku 2010</b>	
Spotrebitelia	- 26,9
Podnikatelia	22,5
Nákladné automobily	15,9
Stroje a zariadenia	- 12,8
Poznámka: medziročne v %	
Zdroj: Asociácia lízingových spoločností	

Zdroj: [www.finweb.hnonline.sk](http://www.finweb.hnonline.sk)

Leasing v európskom meradle zastrešuje Európska federácia asociácií leasingových spoločností (Leaseurope), ktorá bola založená v roku 1972 a je zložená zo 45 členských asociácií v 33 krajinách. Poslaním a cieľom Leaseurope je predovšetkým reprezentovať a presadzovať záujmy svojich členov.

Vývoj objemov leasingu v Európe mal od roku 2002 neustále stúpajúcu tendenciu, kedy sa zvýšil na 198,6 miliardy eur oproti 193,2 miliardy eur v roku 2001. V roku 2005 bol v Európe predaný do leasingového užívania majetok v hodnote 263 miliárd eur. Rast leasingu sa tak ocitol vo výraznom predstihu pred celkovým rastom európskej ekonomiky. V tomto roku bol taktiež zaznamenaný významný míľnik pre európsky leasing, kedy objem leasingu v Európe bol po prvý krát v histórii vyšší ako objem leasingu v Spojených štátoch amerických. Európa sa tak stala najsilnejším leasingovým regiónom. Najväčší podiel v tomto období na raste leasingu mali najvyspelejšie

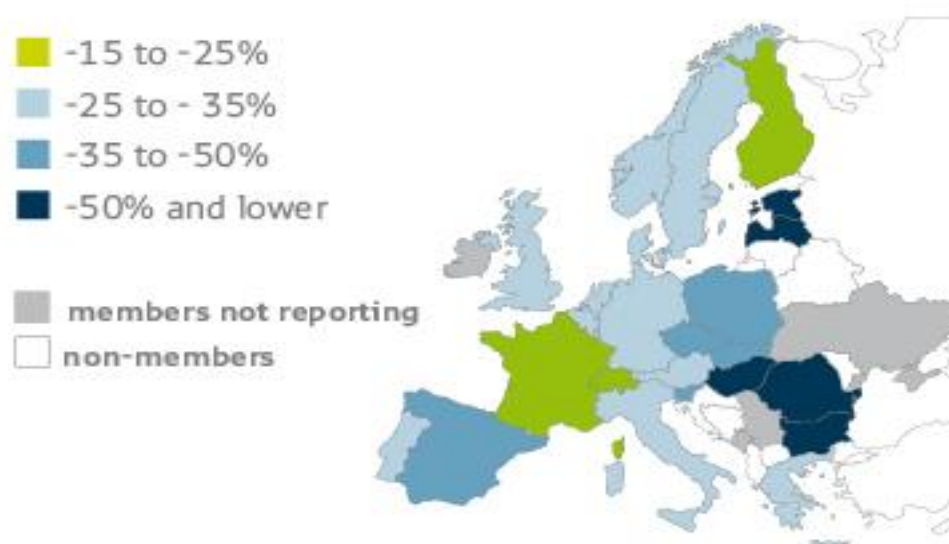


európske krajiny ako Francúzsko, Nemecko a Veľká Británia. Leasing v trhových ekonomikách v strednej a východnej Európe naberal tiež na dynamike a podiel leasingových trhov týchto krajín sa priblížil jednej desatine. Najväčší podiel na celkovom objeme leasingu mal leasing hnutelných vecí, najčastejšie osobných a úžitkových automobilov. V roku 2009 mala však na leasing v Európe negatívny dopad svetová ekonomická a finančná kríza. Celkový objem leasingových obchodov predstavoval 209 miliárd eur, čo bolo o 32,3% menej ako v roku 2008. Leasingový trh v Európe tak zaznamenal prudký pokles a úplne sa nespamätal ani v prvých troch kvartáloch roku 2010 kedy zaznamenal medziročný pokles o 0,9%.

Obrázok č.3 poskytuje prehľad o poklese realizovaných nových leasingových obchodoch v roku 2009 na území Európy v dôsledku svetovej hospodárskej a finančnej krízy

Obrázok č.3 – pokles objemu nových leasingových obchodov na území Európy v %

#### New leasing growth rates by country in 2009



Zdroj: [www.leaseurope.org](http://www.leaseurope.org)

Poznámka: members not reporting – členské krajiny Leaseurope, ktoré neposkytli údaje,  
non – members – nečlenské krajiny Leaseurope.

#### 4.1.4 Leasing v porovnaní s úverom

Leasing a úver sú dva podobné finančné produkty. Existuje však medzi nimi niekoľko hľadísk, ktoré ich prirodzene odlišujú. Jedným z odlišujúcich a najpodstatnejším hľadiskom je vlastníctvo. Pri financovaní nákupu predmetu úverom sa kupujúci okamžite stáva aj jeho majiteľom. V prípade leasingu je majiteľom predmetu leasingová spoločnosť až do skončenia leasingovej zmluvy a splatenia všetkých leasingových splátok a poplatkov. Ďalším z odlišujúcich hľadísk je jednoduchosť vybavenia či už leasingu alebo úveru.

Ďalšia odlišnosť medzi leasingom a úverom je v poistení predmetu. Pri leasingu je vlastníkom predmetu leasingová spoločnosť a tá zo zmluvy vyžaduje mať predmet leasingu poistený. Na druhej strane pri úvere banky postenie vždy nevyžadujú.

Pri uzatváraní zmluvy taktiež existujú rozdiely medzi leasingom a úverom. V prípade leasingu je zmluvu možné podpísať priamo u predajcu. Napríklad každý predajca automobilov v súčasnosti spolupracuje s viacerými leasingovými spoločnosťami a preto si má kupujúci možnosť vybrať medzi nimi tú, ktorá mu poskytne najvýhodnejšie podmienky. Bankám vybavovanie úverov trvá dlhšie, pretože veľmi podrobne preverujú bonitu žiadateľa. Žiadateľ o úver musí banke predložiť výpis z účtu za posledné obdobie ako aj potvrdenie o pravidelnom príjme zo samostatnej zárobkovej činnosti. Ďalej banka požaduje poistenie úveru a to vo forme ručenia. Od ručiteľa tiež banka vyžaduje potvrdenie o príjme. Pri úverovom financovaní teda musí žiadateľ navštíviť banku, pretože úverovú zmluvu nemožno uzavrieť u predajcu.

Pri dočasnej neschopnosti splácať sa v prípade leasingu dá dohodnúť s leasingovou spoločnosťou na odklade splátok, prípadne sa dá pristúpiť na prevod leasingovej zmluvy na iného nájomcu. Pri dlhodobej nevôli nájomcu splácať leasingové splátky môže leasingová spoločnosť pristúpiť k odobratiu leasovaného predmetu. V prípade úveru sa postupuje tak, že banka najprv vyzve dlžníka na zaplatenie jeho záväzkov. Ak ten nie je ochotný zaplatiť banka sa obráti na ručiteľa. Poslednou možnosťou banky je návrh na exekúciu voči dlžníkovi. Exekúcia sa ale nemusí dotknúť predmetu, na ktorý bol úver poskytnutý. Leasingové spoločnosti sú tak v oveľa výhodnejšom právnom postavení.

### Tabuľka 3

#### Rozdiely medzi leasingom a úverom

Leasing	Úver	Výhodnejší
Automobil je po dobu trvania leasingovej zmluvy vo vlastníctve leasingovej spoločnosti.	Pri úvere, sa stáva vlastníkom auta záujemca o auto.	Úver
Leasing väčšinou nie je možné splatiť skôr než stanovuje zmluva.	Úver je spravidla možné splatiť predčasne, obvykle za mimoriadny poplatok.	Úver
S leasingovými splátkami sa spláca aj poistenie, a to na účet leasingovej spoločnosti (mesačne alebo kvartálne).	Pri úvere sa poistenie platí zvlášť, a to väčšinou v ročných platbách predom, čo je o trochu nevýhodnejšie než u leasingu	Leasing
Leasing býva celkovo lacnejší než úver.	Úver obvykle vyjde celkovo drahšie než leasing.	Leasing
Rýchlosť vybavenia žiadosti býva omnoho rýchlejšia než u úveru.	Vybavenie žiadosti trvá obvykle dlhšie než u leasingu.	Leasing
Zmluva sa vybavuje väčšinou u predajcu automobilu, čo šetrí čas.	Úverovú zmluvu je nutné vybaviť v banke.	Leasing
Je potrebné sa pripraviť na problémy v prípade predčasného ukončenia leasingovej zmluvy, pretože auto je v majetku leasingovej spoločnosti, na leasingovú spoločnosť tiež smeruje poistné plnenie od poisťovne leasingovej spoločnosti samozrejme nerady a akokoľvek v týchto prípadoch vracajú – skôr ešte žiadajú doplatok.	Pri krádeži alebo totálnom zničení auta dostane poistné plnenie majiteľ auta, čím sa vyhne problémom spojeným s leasingom.	Úver
Pri vymáhaní prípadných dlhov je leasingová spoločnosť obvykle ďaleko agilnejšia než banky, pretože vlastníctvo predmetu leasingu ju stavia do značne výhodnej situácie.	V prípade vymáhania dlhu je banka v slabšej pozícii než leasingová spoločnosť.	Úver

Zdroj: www.idnes.cz

#### 4.1.5 Perspektívy vývoja leasingu

Leasing je finančná služba, ktorá reaguje na potreby investorov. Podľa toho ako mohutne firmy investovali, leasingové spoločnosti zabezpečovali zdroje a snažili sa vyhovieť firmám. Na Slovensku sa ale neustále prehľbuje platobná neschopnosť klientov. Na túto situáciu už zareagovalo niekoľko leasingových spoločností obmedzením financovania nových predmetov a sústredením sa na správu zostávajúceho portfólia alebo dokonca odchodom z trhu. Vo výhode sú momentálne leasingové spoločnosti, ktoré pôsobia na trhu už dlhší čas, majú lepší prehľad o svojom portfóliu a nie sú teda tak zraniteľné. Leasingový trh tu bude existovať aj naďalej, avšak zmena nastane v tom, že leasingové spoločnosti začnú s prísnejším posudzovaním klientov. Toto opatrenie začne práve kvôli dôsledkom svetovej ekonomickej a finančnej krízy, ktorá sa odrazila aj na pretrvávajúcej platobnej neschopnosti klientov a očakáva sa, že toto opatrenie prinesie na leasingový trh viac opatrnosti a ozdravenie portfólia. Leasing

aj naďalej zostane jednou z hlavných foriem financovania podnikov, pretože stále bude relatívne dostupným a rýchlym spôsobom ako získať investície.

## **4.2 Franchising**

### **4.2.1 Pojmy súvisiace s franchisingom**

**Franchising** – odbytový systém, prostredníctvom ktorého sa predávajú výrobky, služby alebo technológia. Spočíva v úzkej spolupráci právne samostatných a finančne nezávislých podnikov.

**Franchisingová sieť** – poskytovateľ, ktorý je pôvodcom a majiteľom úspešnej podnikateľskej koncepcie, rozširuje za jasne stanovených zmluvných podmienok svoj produkt alebo službu samostatným partnerom – prijímateľom.

**Franchisingová zmluva** – vytvára právny základ pre spoluprácu vo franchisingovom systéme. Zaoberá sa podrobne partnermi, právami a povinnosťami jednotlivých zmluvných partnerov, obchodnou činnosťou alebo reklamou.

**Franchisingový manuál** – je primárny zdroj informácií pre franchisanta. Je to dokument obsahujúci všetky údaje, postupy a inštrukcie potrebné pre podnikanie. Obvykle býva súčasťou franchisingovej zmluvy.

**Vstupný poplatok** – platí franchisant v čase podpisu zmluvy.

**Royalty** – platí ho taktiež franchisant a je to poplatok za služby, vypočítané % z obratu, alebo fixne stanovená suma.

**Know-how** – je to súbor praktických znalostí a vedomostí, vychádzajúcich z franchisorom získaných a overených skúseností, ktoré sú utajené a podstatné.

Franchising na Slovensku zastrešuje Slovenská franchisingová asociácia, ktorá vznikla v roku 1994. Asociácia je dobrovoľné franchisingové združenie, ktoré zoskupuje franchisorov, franchisantov a ďalších podnikateľských subjektov a osôb, ktoré podporujú franchising. Asociácia poskytuje predovšetkým svojim členom mnoho

služieb medzi ktoré môžeme zaradiť konzultácie, prednášky, semináre, stará sa o kvalitu franchisingového podnikania, útvára podmienky pre jeho rozvoj, členovia asociácie vedú publikačnú činnosť o svojich poznatkoch v oblasti franchisingu.

#### **4.2.2 História najznámejšieho franchisingového reťazca**

Spoločnosť X je najznámejší a najúspešnejší poskytovateľ fast-foodového stravovania na svete. Zároveň je to jedna z najúspešnejších značiek vo svete vôbec. Kľúčom k úspechu spoločnosti X je spoľahlivý franchisingový systém. 80% z viac ako 31000 reštaurácií na svete prevádzkujú samostatní podnikatelia na základe franchisingovej zmluvy. História spoločnosti sa začala písať v roku 1948 v štáte Kalifornia v Spojených štátoch amerických. Spoločnosť v takej podobe aká je známa dnes po celom svete bola založená o čosi neskôr v roku 1954, kedy jej zakladateľ Ray Croc podpísal zmluvu, ktorá mu dovoľovala používať pôvodné firemné meno a systém predaja. Rok nato otvoril Ray Croc prvú reštauráciu X v meste Des Plaines v štáte Illinois. V roku 1967 spoločnosť X expandovala zo severoamerického kontinentu do ostatných častí sveta a v roku 1988 vstúpila i na trhy strednej a východnej Európy. Na slovenský trh vstúpila spoločnosť X v roku 1995, kedy prvá reštaurácia bola otvorená v Banskej Bystrici.

#### **4.2.3 Franchisingový systém spoločnosti X**

Franchisantom sa ale nemôže stať hocikto. Spoločnosť X hľadá partnerov, ktorí spĺňajú niekoľko základných predpokladov. V prvom rade musia potenciálni franchisanti disponovať manažérskymi schopnosťami hlavne v oblasti vedenia ľudí a finančného riadenia. Druhým predpokladom je pripravenosť potenciálneho franchisanta osobne viesť reštauráciu a jej vedeniu venovať každodenné úsilie. Samozrejmosťou by mal byť taktiež podnikateľský duch a túžba po úspechu, ochota zúčastniť sa na ročnom zaškolovaní. V neposlednom rade by mal byť potenciálny franchisant pružný pri výbere miesta pre svoju reštauráciu a tiež mal by byť schopný vyhovieť finančným požiadavkám spoločnosti X.

Jedným z predpokladov je absolvovať zaškolovací proces, ktorý trvá približne jeden rok. Cieľom tohto školenia je pripraviť potencionalneho franchisanta na všetky aspekty riadenia budúcej reštaurácie. Drvivá väčšina školenia sa uskutočňuje v konkrétnej reštaurácii spoločnosti X. Spoločnosť X neplatí za čas strávený na školení ani

neprepláca výdavky, ktoré sú s ním spojené. Počas školenia nevzniká medzi spoločnosťou a potenciálnym franchisantom žiadny právny vzťah, preto môže potenciálny franchisant školenie kedykoľvek ukončiť.

Potom ako podnikateľ splní tieto základné predpoklady a vedenie spoločnosti schváli jeho projekt, franchisant získava šancu mať vlastný podnik a tvoriť zisk. Franchisingová zmluva medzi spoločnosťou X a franchisorom sa uzatvára na dobu určitú, podľa štandardov spoločnosti X to býva na 20 rokov. Medzi ďalšie štandardy, ktoré franchisant musí dodržiavať patria recepty a technické normy na prípravu jedál, metódy riadenia a vykonávania inventúry a marketingu, obchodné a servisné značky ako aj koncept dizajnu reštaurácie, reklamné označenie a umiestnenie vybavení.

Spoločnosť X naprojektuje a postaví reštauráciu franchisantovi podľa celonárodného plánu. Popritom sa ale spoločnosť stáva vlastníkov nehnuteľnosti a franchisant nesmie byť akokoľvek spojený s nehnuteľnosťou v ktorej sa nachádza reštaurácia. Pri výbere miesta kde bude reštaurácia stáť mapuje spoločnosť rôzne faktory medzi ktoré patria napríklad vývin trhu, populáciu, dopravnú infraštruktúru, veľkosť a cenu pozemkov.

#### **4.2.4 Investície a poplatky**

Na jednej strane poplatky franchisanta spoločnosti X možno rozdeliť na jednorazovú vstupný poplatok, bezúročnú kauciu a mesačné percentuálne poplatky z tržieb reštaurácie. Na strane druhej pri investíciách prispieva aj spoločnosť aj franchisant. Spoločnosť kúpou alebo prenájmom nehnuteľnosti. Investície franchisanta sú rozsiahlejšie a zahŕňajú investície do zariadenia reštaurácie, a to konkrétne do zariadenia kuchyne a zariadenia priestoru pre hostí. Ďalšími investíciami na strane franchisanta sú investície do zásob surovín, jednorazové platby a mesačné poplatky. K týmto mesačným poplatkom patrí poplatok za priestory, ktorý tvorí 9-16% čistej tržby. Ďalej spoločnosť X vyžaduje poplatok 5% čistej tržby reštaurácie za poskytovanie obchodnej značky.

## 4.3 Forfaiting

### 4.3.1 Pojmy súvisiace s forfaitingom

**Banková záruka** – je ručiteľským obchodom banky. Základnou funkciou bankovej záruky je zaist'ovacia funkcia. Podstatným znakom bankovej záruky je, že banka môže zaručovať len peňažné plnenie, bez ohľadu nato, aká forma plnenia bola dohodnutá medzi obchodnými partnermi.

**Dokumentárny akreditív** – je rozšírený platobný a zaist'ovací nástroj. Používa sa najmä v zahraničnom obchode. Dokumentárny akreditív svojou podstatou zabezpečuje zaplatenie predávajúcemu a dodávku tovaru kupujúcemu. Akreditívu sa zúčastňuje dovozca, ktorý dáva príkaz svojej banke, aby otvorila akreditív spolu s podmienkami pre plnenie akreditívneho záväzku. Ďalej sa akreditívu zúčastňuje vývozca a banka ktorá akreditív avizuje. Medzi dva základné druhy patrí akreditív odvolateľný a neodvolateľný.

**Vlastná zmenka** – pri jej realizácii vystupujú dve osoby, vystaviteľ sa zaväzuje zaplatiť určitú sumu v presne stanovenom čase určitej osobe. Vystaviteľ zmenky je zároveň dlžníkom a majiteľ zmenky je veriteľom. Vystaviteľ sľubuje zaplatiť sumu zmenky veriteľovi na jeho rad.

**Cudzia zmenka** – vystaviteľ zmenky, teda dlžník určuje inej osobe – zmenečníkovi, aby zaplatil istú sumu v presne určený deň, osobe označenej v rade, t.j. veriteľovi takejto listiny. Zmenečník sa stane zmenkovým dlžníkom až v okamihu akceptácie zmenky. Ak dôjde k odmietnutiu zmenky alebo k nezaplateniu, stáva sa zo zmenky zaviazaný voči veriteľovi sám vystaviteľ.

**Aval** – neoddeliteľný finančný nástroj, ktorým sa efektívne dáva záruka na zmenkové plnenie, ktorá nezávisí na splnení alebo nesplnení základného obchodného kontraktu. Podľa článku 31 Ženevskej dohody o zmenkách z roku 1930, môže byť aval daný priamo na samotnej zmenke alebo na zmenkovom kupóne.

### **4.3.2 Forfaiting na Slovensku**

Slovenské bankovníctvo sa s forfaitingom prvýkrát stretlo v 70. rokoch dvadsiateho storočia. Zatiaľ, čo v zahraničí vznikali veľké forfaitingové inštitúcie, v Československu to bola iba ČSOB, ktorá vydávala bankovú záruku alebo dokumentárny akreditív na zabezpečenie dovozu, a tak tieto forfaitingové inštitúcie komunikovali ba s ňou. Forfaiting tak ako ho dnes poznáme, teda že banka nakupuje pohľadávky, sa na Slovensku objavil až na začiatku 90. rokov. Na Slovensku je momentálne taký trend, že banky forfaitujú pohľadávky, ktoré vzniknú v zahranično-obchodných vzťahoch. Pozícia forfaitingu v slovenskej legislatíve nie je žiadna. Hoci ho skoro každá jedna banka má zapísaný v predmete činností v obchodnom registri, definícia forfaitingu v slovenskej legislatíve chýba.

Pohľad bánk na forfaiting je rozdielny. Väčšina z nich považuje za klasický forfaiting iba odkup pohľadávok zabezpečených buď bankovou zárukou, dokumentárnym akreditívom alebo zmenkou. Niektoré finančné domy medzi forfaiting zaraďujú aj nákup nezabezpečených pohľadávok.

Očakáva sa, že hlavnú úlohu v budúcnosti budú zohrávať práve odkupy nezabezpečených pohľadávok. Avšak ani klasický forfaiting nečaká zánik, pretože pri vývoze tovarov do tretích alebo rizikovejších krajín budú bankové záruky, dokumentárne akreditívy a zmenky stále dôležité.

### **4.3.3 ČSOB forfaiting**

Československá obchodná banka vo svojej brožúre Produkty obchodného financovania definuje forfaiting ako odkúpenie strednodobých a dlhodobých pohľadávok s odloženou splatnosťou, ktoré vyplývajú z realizácie dodávok strojových celkov, zariadení, prípadne iných komodít a to bez spätného postihu na exportéra (dodávateľa).

Aby však ČSOB odkúpila a postúpila pohľadávky v rámci forfaitingu, musia byť splnené isté predpoklady a to v tom zmysle, že pohľadávky musia byť zaistené kvalitnými zaist'ovacími nástrojmi zo strany odberateľa. ČSOB vyžaduje tieto zaist'ovacie nástroje:



- zmenky avalované prvotriednou bankou,
- zmenky kryté bankovou zárukou prvotriednej banky,
- neodvolateľné a abstraktné platobné bankové záruky,
- exportné dokumentárne akreditívy s odloženou splatnosťou,
- prípadne zmenky vysoko bonitných klientov.

S využitím forfaitingu ČSOB sa spája aj niekoľko výhod:

- odberateľ získava odklad platby,
- dodávateľ hneď získa peňažné prostriedky, čím vylepšuje svoj cash-flow,
- forfeiter preberá komerčné a politické riziká,
- odkúpenie pohľadávky je bez spätného postihu,
- forfaiting nečerpá úverový limit dodávateľa,
- je to financovanie s pevným úrokom bez potreby bankového úveru,
- forfeiter preberá správcovskú funkciu.

Náklady pre dodávateľa, ktorý predáva svoje pohľadávky forfeiterovi sa skladajú z diskontu a forfaitingového poplatku. Nesporné výhody forfaitingových transakcií môžu spochybniť nevýhodu relatívne vysokej finančnej náročnosti spočívajúcej vo vyššom diskonte (s ohľadom na riziká, ktoré na seba forfeiter preberá ako aj vo vyšších poplatkoch za zaist'ovacie nástroje.

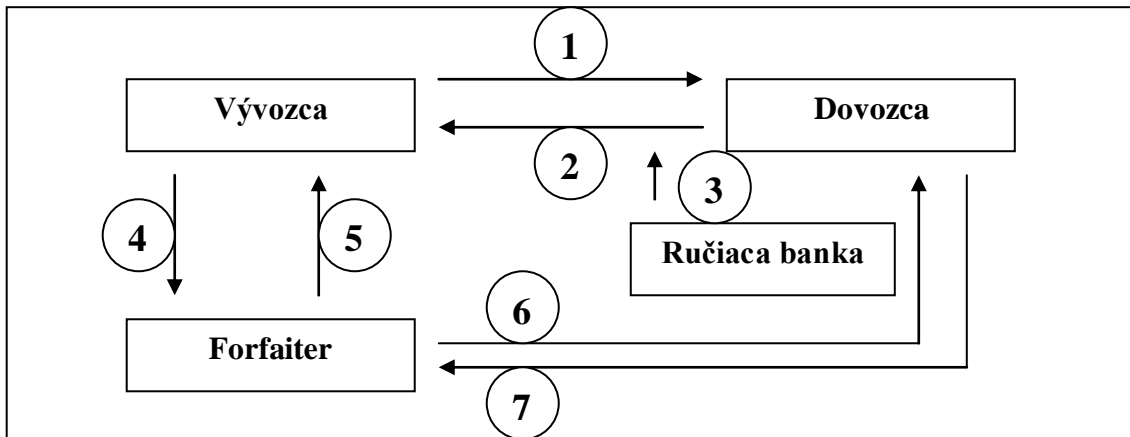
#### **4.3.4 Priebeh forfaitingovej operácie**

Forfaitingová operácia má dve fázy, kontraktačnú a realizačnú. V kontraktačnej fáze prebiehajú rokovania medzi vývozcom (dodávateľom) a forfeiterom. Nato, aby forfeiter stanovil podmienky forfaitingu musí vývozca (dodávateľ) predložiť obchodné meno a krajinu dovozcu, výšku a menu pohľadávky, názov ručiacej banky, charakter tovaru, termín dodania tovaru a splátkový plán.

Forfeiter si následne overí bonitu všetkých subjektov zapojených do forfaitingovej operácie a dohodne si s vývozcom (dodávateľom) forfaitingovú províziu, ktorej výška je závislá od výšky podstupovaného rizika. Ak sú splnené všetky potrebné náležitosti forfaitingu, podpíše sa forfaitingová zmluva.

V realizačnej fáze prichádza k predaju pohľadávky vývozcom a pre forfaitera končí operácia inkasom pohľadávky. Vývozca (dodávateľ) v momente ako dostane za dodávku zaplatené zmenkou, predáva zmenku forfaiterovi, ktorý si ju ponechá alebo ju predá.

Schéma č.2 – priebeh forfaitingovej operácie



Zdroj: vlastná konštrukcia

Poznámka:

- 1 dodávka tovaru
- 2 platba zmenkou s odloženou splatnosťou
- 3 aval banky na zmenku
- 4 predaj zmenky
- 5 zmenková čiastka – diskont
- 6 predloženie zmenky na preplatenie v dobe splatnosti
- 7 preplatenie zmenkovej čiastky v dobe splatnosti.

## 5 Záver

Leasing má nepochybne bohatú históriu svojho vývoja. Rozvoj moderného leasingu tak ako ho poznáme dnes je spojený so vznikom prvej leasingovej spoločnosti vo Veľkej Británii, vytváraním výhodných daňových a legislatívnych podmienok pre jeho rozvoj v Spojených štátoch amerických a dynamický vývoj leasingu bol ovplyvnený taktiež technologickou revolúciou.

V podmienkach Slovenska sa leasing začal výraznejšie formovať vznikom Asociácie leasingových spoločností a najväčší boom zaznamenal v roku 2001, kedy bol pozitívny vývoj leasingu úzko spätý s pozitívnymi výsledkami celej slovenskej ekonomiky. Celý leasingový sektor však v roku 2009 tak ako aj celú slovenskú ekonomiku postihli dôsledky svetovej ekonomickej a finančnej krízy. Odrazilo sa to vo výraznom prepade objemov leasingových obchodov uskutočnených na Slovensku. V roku 2010 sa leasing na Slovensku postupne spamätával z dôsledkov krízy hlavne vďaka oživeniu podnikateľského sektora.

Objemy leasingových obchodov na území Európy od roku 2002 mali neustále stúpajúcu tendenciu. Dokonca v roku 2005 sa stala Európa najväčším leasingovým trhom, kedy prebehla v objemoch leasingu Spojené štáty americké. V roku 2009 postihla celý európsky leasingový trh svetová ekonomická a finančná kríza čo sa samozrejme prejavilo v prepade uskutočnených leasingových obchodov.

Leasing má naďalej perspektívu rastu. Leasingové spoločnosti však začali s prísnejším posudzovaním bonity klientov. Toto opatrenie je nevyhnutné, pretože sa na Slovensku začala prehlbovať platobná neschopnosť klientov.

Franchising na Slovensku nemá také významné postavenie ako v západnej Európe alebo Spojených štátoch amerických. Väčšina významných franchisingových reťazcov, ktoré podnikajú na Slovensku pochádzajú práce z USA a západnej Európy. Na Slovensku zastrešuje franchising Slovenská franchisingová asociácia, ktorá vznikla v roku 1994. Perspektíva franchisingu u nás bude závisieť od toho, koľko fyzických osôb bude mať dostatočný kapitál, čas a chuť nato, aby sa stali franchisantmi veľkých globálnych spoločností, ktoré svoje podnikanie rozširujú prostredníctvom franchisingu.

Forfaiting sa v slovenských podmienkach objavil v 70. rokoch dvadsiateho storočia. V pravom slova zmysle sa forfaiting na Slovensku začal vyvíjať až po vzniku samostatnej Slovenskej republiky, kedy taktiež vznikol samostatný slovenský bankový sektor. Pojem forfaiting však dodnes nie je definovaný v slovenskej legislatíve. Budúcnosť forfaitingu možno predpokladať tak, že banky začnú odkupovať čoraz viac i nezabezpečené pohľadávky. Napriek tomuto predpokladu banky v súčasnosti stále preferujú zabezpečenie pohľadávky napríklad zmenkou.

## 6 Zoznam použitej literatúry

1. BELICA, Milan. 2002. Podnikové financie, SPU v Nitre 2002, 171 strán, ISBN 80-8069-006-5.
2. DVOŘÁK, Petr. 1997. Bankovníctví, VŠE v Prahe 1997, 260 strán, ISBN 80-7079-584-0.
3. FEKETE, Imrich. 1998. Leasing, vydal Ing. Miroslav Mračko v Bratislave, 336 strán, ISBN 80-8057-037-X.
4. HAMBÁLKOVÁ, Mária. 1996. Zahraničný agrárny obchod, SPU v Nitre 1996, 102 strán, ISBN 80-7137-318-4.
5. HORSKÁ, Elena. 2007. Medzinárodný marketing, SPU v Nitre 2007, 223 strán, ISBN 978-80-8069-938-3.
6. KOŠČO, T. – SZOVICS, P. – ŠEBO, A. – TÓTH, M. 2006. Podnikové financie, SPU v Nitre 2006, 194 strán, ISBN 80-8069-725-6.
7. KOŠČO, T. – SZOVICS, P. – TÓTH, M. 2004. Podnikové financie, banky, burzy, SPU v Nitre 2004, 193 strán, ISBN 80-8069-349-8.
8. LOEBL, Zbyněk – LUKAJOVÁ, Dana. 1994. Franchising – úspěch bez čekání, vydalo nakladatelství GRADA 1994, 88 strán, ISBN 80-7169-050-3.
9. MENDELSON, Martin – ACHESON, David. 1989. Franchising – moderní forma prodeje, vydal MANAGEMENT PRESS Praha 1994, 122 strán, ISBN 80-85603-54-3.
10. MIŽIČKOVÁ, Ľ. – UBREŽIOVÁ, I. 2007. Podnikanie malých a stredných podnikov, SPU v Nitre 2007, 108 strán, ISBN 978-80-8069-877-5.
11. PETRJÁNOŠOVÁ, Božena. 1998. Podnikanie a banky, vydalo nakladateľstvo FITR 1998, 184 strán.
12. PODOLÁK, Alojz. 2007. Medzinárodný obchod a formovanie agroobchodnej politiky, SPU v Nitre 2007, 215 strán, ISBN 978-80-8069-863-8.
13. PULZ, Jiří. 1993. Leasing v teorii a praxi, vydalo nakladatelství GRADA 1993, 320 strán, ISBN 80-7169-021-X.
14. ŘEZNIČKOVÁ, Martina. 2009. Franchising. Podnikání pod cizím jménem, vydalo nakladatelství C. H. BECK Praha 2009, 207 strán, ISBN 978-80-7400-174-1.

15. SERENČEŠ, Peter – SERENČEŠ, Roman – TÓTH, Marián – ČIERNA, Zuzana – RÁBEK, Tomáš. 2010. *Financie v poľnohospodárstve, SPU v Nitre 2010*, 188 strán, ISBN 978-80-552-0438-3.
16. VÁLEK, Vratislav – BÁČA, Jan. 1994. *Leasing – moderní spôsob financování investic*, vydal MANAGEMENT PRESS Praha 1994, 120 strán, ISBN 80-85603-57-8.

### **Internetové zdroje**

História leasingu, 2008 [online], [cit. 21.4.2011]. Dostupné na: <http://hnonline.sk/c1-30194930-historia-lizingu>.

O leasingu, [cit. 21.4.2011]. Dostupné na: <http://www.reos.sk/index.php?pid=20>.

Niekoľko zaujímavostí o leasingu – 1. časť, 2002 [online], [cit. 22.4.2011]. Dostupné na: <http://openiazoch.zoznam.sk/info/zpravy/zprava.asp?NewsID=2488>.

Výsledky leasingu odrážajú stav ekonomiky, 2009 [online], [cit. 22.4.2011]. Dostupné na: <http://hnonline.sk/ekonomika/c1-39175310-vysledky-lizingu-odrazaju-stav-ekonomiky>.

Leasingový trh vzrástol v roku 2010 o 5,3%, 2011 [online], [cit. 22.4.2011]. Dostupné na: <http://www.investujeme.sk/kratke-zpravy/lizingovy-trh-rastol-v-roku-2010-o-5-3/>.

Leasing u nás ťahajú hlavne podniky, [cit. 23.4.2011]. Dostupné na: [http://finweb.hnonline.sk/firmyafinancie/c3-50258420-kP0000\\_d-lizing-tahaju-hlavne-firmy](http://finweb.hnonline.sk/firmyafinancie/c3-50258420-kP0000_d-lizing-tahaju-hlavne-firmy).

Leasing v Európe, 2006 [online], [cit. 23.4.2011]. Dostupné na: <http://auto.server.sk/---leasing-novinky-lizing-v-europe--category-je-15-x-id-je-18167>.

Leasing Facts & Figures 2009, [cit. 24.4.2011]. Dostupné na: <http://www.leaseurope.org/index.php?page=key-facts-figures>.

Slovník pojmov – leasing, [cit. 25.4.2011]. Dostupné na: [http://www.lizing.sk/www/index.php?option=com\\_content&task=view&id=62&Itemid=119](http://www.lizing.sk/www/index.php?option=com_content&task=view&id=62&Itemid=119).

Dal sa vývoj aspoň čiastočne predpokladať a aká bude budúcnosť?, 2010 [online], [cit. 26.4.2011]. Dostupné na: <http://hnonline.sk/c1-42599880-dal-sa-vyvoj-aspon-ciastocne-predpokladat-a-aka-bude-buducnost>.

Leasing alebo úver?, 2004 [online], [cit. 27.4.2011]. Dostupné na: <http://www.derivat.sk/index.php?PageID=211>.

Slovenská franchisingová asociácia, [cit. 27.4.2011]. Dostupné na: <http://www.sfa.sk/onas/>.

Úvod do Franchisingu, [cit. 28.4.2011]. Dostupné na: <http://www.franchiseportal.sk/pozaregistrovani/>.

História spoločnosti, [cit. 28.4.2011]. Dostupné na: [http://www.mcdonalds.sk/sk/onas/spolocnost/historia\\_spolocnosti.shtml](http://www.mcdonalds.sk/sk/onas/spolocnost/historia_spolocnosti.shtml).

Informačná brožúra, [cit. 28.4.2011]. Dostupné na: [http://www.mcdonalds.sk/sk/onas/fransizing/principy\\_fransizingu.shtml](http://www.mcdonalds.sk/sk/onas/fransizing/principy_fransizingu.shtml).

Forfaiting: banky núkajú namiesto pohľadávok peniaze, 2003 [online], [cit. 29.4.2011]. Dostupné na: <http://firmy.etrend.sk/firmy-a-trhy-financny-sektor/forfaiting-banky-nukaju-namiesto-pohladavok-peniaze.html>.

Pojmy forfaitingu, [cit. 30.4.2011]. Dostupné na: <http://www.sfinance.cz/firmy-a-podnikani/informace/financovani-forfaiting/pojmy/>.

Forfaiting, [cit. 30.4.2011]. Dostupné na: <http://www.csob.sk/stredne-firmy-forfaiting>.

## **7 Prílohy**

Príloha č. 1 – CD médium – bakalárska práca „Dlhodobé formy financovania podnikov“ v elektronickej podobe