

- štandardu, ako napr. ubytovanie v súkromí, kempingy, chatové osady a pod. (vyhláška Ministerstva hospodárstva SR č. 277/2008 Z. z.),
- podniky poskytujúce výlučne stravovacie služby, ako napr. reštaurácia, špecializovaná reštaurácia, vináreň, čajovňa, kaviareň, cukráreň, bar a pod.,
 - kúpeľno-liečebné podniky, ktoré prevádzkujú zariadenia, ako je kúpeľný dom, kúpeľná liečebňa, kúpeľno-liečebné procedúry (zákon č. 538/2005 Z. z.),
 - vzdelávacie inštitúcie, spoločensko-zábavné a kultúrne podniky,
 - športovo-rekreačné zariadenia, napr. umelá ľadová dráha, kúpalisko, plaváreň, tenisové kurty, golfové ihrisko, minigolf a pod., športové školy, napr. lyžovania, tenisu, plávania, potápania, závesného lietania a pod.,
 - dopravné podniky cestovného ruchu, ktoré prevádzkujú špeciálne dopravné prostriedky, ako napr. osobné horské dopravné zariadenia, konský záprah, úzkokolejné železnice, historické železnice a železničné vagóny a pod.,
 - výrobné, obchodné podniky a podniky služieb orientujúce sa na cestovný ruch;
- b) *podniky cestovného ruchu vzťahujúce sa k subjektu*, kde patria reklamné podniky a agentúry zamerané na propagáciu cestovného ruchu, poisťovacie podniky zamerané na cestovný ruch; finančné inštitúcie zamerané na cestovný ruch;
- c) *podniky vytvárajúce vzťahy v cestovnom ruchu*, medzi ktoré zaraďujeme cestovné kancelárie a cestovné agentúry, turistické informačné kancelárie a pod.

1.1.1 Predmet činnosti podniku cestovného ruchu

V SR neexistuje žiadny zákon ani predpis, ktorý by presne určoval záväzný zoznam predmetov podnikateľskej činnosti. Predmet činnosti podnikov môžeme určiť buď podľa živnostenského oprávnenia, ktorým subjekt disponuje, alebo podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností. Obe skutočnosti sú vzájomne prepojené.

Poskytovanie ubytovacích služieb

Ubytovacie služby definuje Gúčík a kol. (2004, s. 138, heslo Ubytovacie služby) ako súbor na seba nadväzujúcich činností súvisiacich s poskytnutím prechodného ubytovania obvykle väčšiemu počtu hostí mimo miesta ich trvalého bydliska. Tieto služby zahŕňajú rezervovanie ubytovania, príchod hostá, jeho registráciu, pobyt hostá spojený s poskytovaním služieb, zúčtovanie a odchod hostá. Na ich poskytovaní sa podieľa poskytovateľ ubytovacieho zariadenia i host. Na ubytovacie zariadenia, ktoré prevádzkujú podnikatelia poskytujúci ubytovanie a s ním spojené služby na základe živnostenského oprávnenia, sa vzťahuje *vyhláška Ministerstva hospodárstva SR č. 277/2008 Z. z.*, ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaraďovaní do kategórií a tried (§ 1, *vyhláška Ministerstva hospodárstva SR č. 277/2008 Z. z.*) a jej záväznosť vyplýva z § 30 ods. 2 živnostenského zákona SR. Ubytovacím zariadením sa podľa vy-



hlášky rozumie budova, priestor alebo plocha, kde sa verejnosti celoročne poskytuje za úhradu prechodné ubytovanie a s ním spojené služby. Ubytovacie zariadenie je aj sezónne ubytovacie zariadenie poskytujúce ubytovanie a s ním spojené služby najviac deväť mesiacov v roku.

Druh ubytovacieho zariadenia určuje kategória podľa klasifikačných a fakultatívnych znakov uvedených v prílohe danej vyhlášky. Kategórie ubytovacích zariadení sa ďalej členia na triedy, ktoré sa označujú hviezdikami od najnižšej triedy (*) po najvyššiu triedu (*****). Triedou sa rozumie určenie minimálnych požiadaviek na vybavenie ubytovacieho zariadenia podľa jednotlivých kategórií a požiadaviek na úroveň a rozsah poskytovaných služieb spojených s ubytovaním podľa kritérií uvedených v prílohe spomínanej vyhlášky (vyhláška Ministerstva hospodárstva SR č. 277/2008 Z. z., § 2) (tab. 1.1).

Zaradenie ubytovacích zariadení podľa druhov do kategórií a tried

Tabuľka 1.1

| Kategória | | Trieda | | | | |
|-----------|-----------------------------|--------|----|-----|------|-------|
| 1. | Hotel | * | ** | *** | **** | ***** |
| | Garni hotel | * | ** | *** | — | — |
| | Horský hotel | * | ** | *** | — | — |
| | Kongresový hotel | — | — | *** | **** | ***** |
| | Wellness hotel | — | — | *** | **** | ***** |
| | Kúpeľný hotel | — | — | *** | **** | ***** |
| | Boutique hotel | — | — | — | **** | ***** |
| | Apartmentový hotel | * | ** | *** | — | — |
| | Motel | * | ** | *** | **** | — |
| 2. | Botel | * | ** | *** | — | — |
| 3. | Penzión | * | ** | *** | — | — |
| 4. | Apartmentový dom | — | ** | *** | — | — |
| 5. | Turistická ubytovňa | * | ** | — | — | — |
| 6. | Chatová osada | * | ** | *** | — | — |
| 7. | Kemping | * | ** | *** | **** | — |
| | Minikemp | — | ** | *** | **** | — |
| 8. | Táborisko | — | — | — | — | — |
| 9. | Ubytovanie v súkromí | | | | | |
| | Izba | * | ** | *** | — | — |
| | Objekt | * | ** | *** | — | — |
| | Prázdňinový byt | * | ** | *** | — | — |

Prameň: Vyhláška č. 277/2008 Z. z., § 3.



1.2 Rodinné podnikanie v cestovnom ruchu

Historicky sa podniky a iné formy súkromného vlastníctva rozvinuli z fariem a podnikov vedenými jednotlivcami alebo rodinami. Dôvodom bola potreba generovania väčšieho množstva kapitálu a právna ochrana subjektu. V 18. storočí boli rodinné remeselné podniky nahradené veľkými manufaktúrami. Neskôr sa vytvorili nové príležitosti na rozvoj rodinného podnikania, najmä rýchlo sa rozvíjajúci sektor služieb (Getz – Carlsen – Morrison, 2004). V súčasnosti zaraďujeme väčšinu podnikov poskytujúcich služby v pohostinstve a hotelierstve a väčšinu podnikov v cestovnom ruchu do kategórie malých a stredných podnikov. Práve tieto skupiny podnikov považuje Európska komisia za nositeľov ekonomických inovácií a zdroje pracovných miest.

Rodinné podniky významne prispievajú k ekonomickému rastu, najmä v krajinách s trhovou ekonomikou, kde sú podnikateľské aktivity výrazne podporované. Niektoré štúdie uvádzajú, že rodinné podnikanie je hlavnou hnacou silou ekonomiky v bývalých socialistických ekonomikách, resp. v tzv. transformujúcich sa krajinách (Duh – Tominc – Pistrui a kol., Poutziouris a kol., Vadnjal, In Duh, 2012). Spoločenské a ekonomické zmeny v bývalých socialistických krajinách v strednej a východnej Európe predstavovali príležitosť na vznik súkromných podnikov a politické opatrenia sa začali zameriavať na dynamický rozvoj malých a stredných podnikov (Duh, 2012). Až 95 % podnikateľských subjektov v cestovnom ruchu v Európe, ktoré generujú približne jednu tretinu príjmov z cestovného ruchu, zaraďujeme medzi mikropodniky a väčšina z nich sú rodinné (Middleton, In Getz – Carlsen – Morrison, 2004, s. 2). V Slovenskej republike čelia v súčasnosti podnikateľské subjekty viacerým výzvam, ktoré vyplývajú zo zmien v neustále sa meniacom prostredí.

1.2.1 Znaky rodinného podnikania

Vzťah medzi podnikom a rodinou formuje špecifickú podnikateľskú kultúru a filozofiu, ako aj proces podnikania, ktoré sú v rodinnom podnikaní jedinečné (Hammer – Hinterhuber, 1994 In Peters – Buhalis, 2004). Problematike rodinného podnikania sa v zahraničnej literatúre venuje značná pozornosť. Napriek tomu neexistuje jednotná definícia rodinného podnikania, ktorá by bola univerzálne aplikovateľná na každú možnú oblasť, ako na úrovni verejných a politických diskusií, tak aj v oblasti prijímania legislatívnych opatrení, uplatnenia podporných nástrojov, poskytovaní štatistických údajov, či akademického výskumu. Vo výskume v oblasti spoločensko-ekonomických vied, ako aj na úrovni prijímania legislatívnych opatrení sa používa veľké množstvo rôznorodých definícií (Mandl, 2008).

Napriek rôznorodosti definícií sa rodinné podnikanie vo všeobecnosti spája s tromi základnými pojmami, ktorými sú rodina, podnikanie a vlastníctvo, ktoré sa vzájomne prelínajú. Prvýkrát boli tieto prvky spojené do systémového modelu troch kruhov ro-

z pohľadu progresívneho rastu príjazdov a pobytov v SR. K nim patria trhy s tzv. významným potenciálom (Benelux, škandinávské krajiny, pobaltské krajiny a Španielsko) a tzv. vzdialené trhy s vysokým trhovým potenciálom (USA, Japonsko, Južná Kórea, Čína, India a Brazília). Propagáciu SR ako destinácie cestovného ruchu na vzdialených trhoch zabezpečuje SACR v spolupráci s ostatnými krajinami V4.

2.2.4 Iniciatívy Európskej únie v oblasti podnikania

Cieľom Európskej únie do roku 2010 bolo pretvoriť Európu na najkonkurencieschopnejšiu a najdynamickejšiu znalostnú ekonomiku na svete, schopnú udržateľného hospodárskeho rastu, v ktorej budú lepšie pracovné príležitosti, viac pracovných príležitostí a väčšia sociálna súdržnosť. Zdravé podnikateľské prostredie, ktoré motivuje ľudí k podnikaniu, považuje EÚ za jeden z kľúčových nástrojov na zabezpečenie dlhodobej konkurencieschopnosti krajiny a Európy (Stratégia rozvoja konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010, 2005). Na dosiahnutie cieľa konkurencieschopnosti prijala Európska únia v roku 2000 tzv. *Lisabonskú stratégiu*. Redukcia administratívnej záťaže a podpora podnikateľského prostredia bola jednou z troch hlavných úloh uvedenej stratégie. Tento dokument sa však nezaoberal podrobnejšie problematikou podnikania v cestovnom ruchu.

S cieľom zlepšenia podmienok podnikania na jednotnom európskom trhu prijala Európska komisia v januári 2003 tzv. *Zelenú knihu*, v rámci ktorej bol vytvorený Akčný plán: Európska Agenda pre podnikanie. Tento dokument bol prijatý s cieľom lepšieho dosiahnutia cieľov Lisabonskej stratégie. Európska komisia v ňom navrhla opatrenia v piatich strategických oblastiach podnikateľského prostredia, a to v oblasti podnikateľské myslenie, lepšie iniciatívy pre podnikanie, konkurencieschopnosť a rast, regulačný a administratívny rámec. V roku 2005 bola Európskou komisiou vypracovaná obnovená *Lisabonská stratégia*, v ktorej podniky cestovného ruchu začali plniť významnú úlohu v procese plnenia cieľov rastu a zamestnanosti. Ministerstvo financií Slovenskej republiky vypracovalo v roku 2005 Stratégiu rozvoja konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010, ktorá vychádzala z Lisabonskej stratégie a môžeme ju považovať za národnú Lisabonskú stratégiu. Zameriavala sa na štyri oblasti – okrem podnikateľského prostredia na oblasť informačnej spoločnosti a oblasť inovácií, vedy a výskumu.

V súčasnosti pripisuje Európska komisia rozhodujúcu úlohu malým a stredným podnikom (MSP), ktoré považuje za zdroj pracovných príležitostí a kľúčových hráčov v otázke prosperity na miestnej a regionálnej úrovni. Životaschopné malé a stredné podniky považuje za odolnejšie v súčasnom neistom globalizovanom prostredí. V roku 2008 bola oznámením Komisie prijatá iniciatíva „Najskôr myslieť v malom“ – Iniciatíva „*Small Business Act*“ pre Európu. Základom prijatia tejto iniciatívy je predpoklad,

pokračovanie tab. 4.3

| Odpisová skupina | Doba odpisovania |
|---|------------------|
| 3 – hmotný majetok technologického charakteru: pece, horáky a ich súčasti, chladiace a vetracie zariadenia, destilačné a filtračné prístroje a i. | 8 rokov |
| 4 – montované budovy z betónu, kovov, nádrže, kontajnery, rekreačné a športové člny a i. | 12 rokov |
| 5 – budovy výrobného charakteru, napr. budovy pre obchod a služby, dopravu, priemyselné budovy (dielne) a pod. | 20 rokov |
| 6 – budovy administratívneho charakteru vrátane bytových domov, ubytovacie zariadenia, budovy pre administratívu (kancelárie), rekreáciu a kultúru a i. | 40 rokov |

Prameň: Zákon č. 595/2003 Z. z.

Príklad

Spoločnosť ABC, s. r. o. prevádzkuje v jednej budove ubytovacie zariadenie kategórie hotel **** s doplnkovými rekreačnými službami a zároveň obchody (maloobchodné predajne) pre hotelových hostí. Budova sa využíva aj na administratívne účely podnikateľa (nachádzajú sa tu aj kancelárie). Celková úžitková plocha budovy má výmeru 6 500 m².

Úloha

Určte zaradenie majetku (budovy) do odpisovej skupiny podľa nasledujúceho rozdelenia budovy podľa účelu používania:

| Účel | Úžitková plocha | % podiel z celkovej úžitkovej plochy | Odpisová skupina |
|-----------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|------------------|
| Kancelárske priestory | 250 m ² | 4,0 % | 6 |
| Priestory ubytovacieho zariadenia | 5 000 m ² | 80,0 % | 6 |
| Priestory obchodu s oblečením | 1 000 m ² | 16,0 % | 5 |
| Spolu | 6 250 m² | 100,0 % | – |

Riešenie

Podnikateľ najskôr zaradí jednotlivé časti budovy podľa kódu štatistickej klasifikácie do odpisových skupín a následne vyčíslí úžitkovú plochu podľa odpisových skupín:

Odpisová skupina 5 = 1 000 m², resp. 16 % celkovej úžitkovej plochy; odpisová skupina 6 = 5 250 m², resp. 84 % z celkovej úžitkovej plochy. Úhrn úžitkovej plochy častí budov zaradených do odpisovej skupiny 6 prevyšuje úhrn úžitkovej plochy zaradenej do odpisovej skupiny 5. Budova ako celok sa preto zaradí na účely odpisovania do odpisovej skupiny 6.



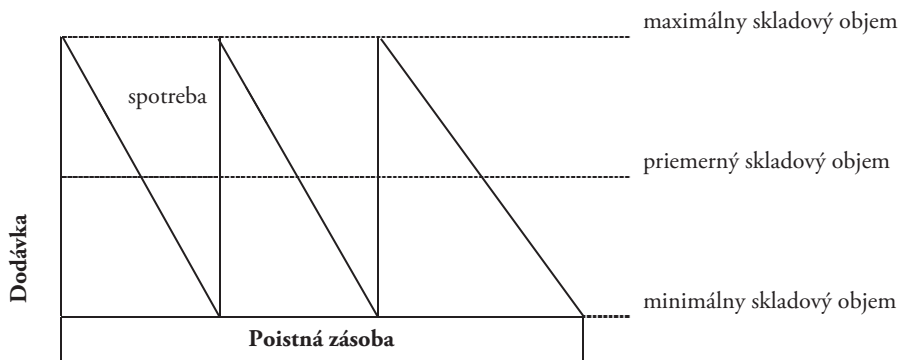
4.2.2 Normovanie zásob

Normovanie zásob je pre podnik dôležité, pretože v zásobách sú viazané finančné zdroje podniku a súčasne je optimálna výška zásob potrebná na zabezpečovanie plynulého priebehu procesu výroby tovarov a poskytovania služieb cestovného ruchu. Vo všeobecnosti platí, že podnik môže uplatňovať nasledujúce druhy normatívov:

- a) normatív výrobných zásob,
- b) normatív nedokončenej výroby,
- c) normatív hotovej výroby (Sedlák a kol., 2010, s. 185).

Vzhľadom na osobitosti podnikov cestovného ruchu, ktoré sú podnikmi služieb, význam má predovšetkým normatív výrobných zásob. Ide napríklad o zásoby potravín a surovín potrebných na výrobu jedál a nápojov, zásoby pomocného materiálu, ako napr. čistiace prostriedky, hygienické potreby, inventár, kancelárske potreby a pod.

Normatív výrobných zásob predstavuje primerané množstvo peňažných prostriedkov, ktoré je viazané vo výrobných zásobách. Vlachynský uvádza, že výrobné zásoby a tovary sú väčšinou zložené z veľkého počtu položiek, z ktorých každá má v činnosti podniku rozdielny význam a váhu. Podľa dôležitosti ich možno rozdeliť do skupín a jednotlivé skupiny normovať. Najjednoduchší princíp normovania predpokladá jednorazovú dodávku a jej postupnú rovnomernú spotrebu, pričom na preklopenie prípadných výkyvov v termínoch dodávok sa počíta s istou poistnou zásobou (Kráľovič – Vlachynský, 2011, s. 216-217) (obr. 4.2).



Obr. 4.2 Skladovanie a pohyb zásob v podniku

Prameň: Kráľovič – Vlachynský, 2011, s. 217.

Normatív výrobných zásob ovplyvňuje časová norma a priemerná denná spotreba. *Časová norma* je dĺžka obdobia, počas ktorého sú zásoby viazané na sklade a ovplyvňuje ju:



Treba si však uvedomiť, že prvú skupinu faktorov podnikový (personálny) manažér nemôže ovplyvniť, môže ju len redukovať v procese výberu zamestnancov. Do pozornosti manažéra sa však dostáva druhá skupina faktorov, ktorá zahŕňa moment *motivácie* k danej práci. Dvaja zamestnanci s rovnakým vzdelaním, vekom, praxou môžu dosahovať rôzne výsledky práce. Tie do značnej miery závisia od toho, či daný zamestnanec má chuť, vôľu a konanie človeka. Motivácia človeka k práci závisí od viacerých faktorov. G. Wähe vymedzuje pri výbere ľudí (Kupkovič a kol., 2001, s. 191):

1. pracovné podmienky,
2. podnikové sociálne služby,
3. výška mzdy a spôsob odmeňovania.

Uvedené motivačné faktory vrátane možnosti kariérneho rastu považujeme za vonkajšie motivačné faktory. Tie môžu pôsobiť na zamestnanca dočasne. Najväčší význam majú vnútorné motivačné faktory, ktoré sa najčastejšie prejavujú tým, že si zamestnanec vytvorí pozitívny vzťah k práci, práca ho baví a môže sa v nej plne realizovať. Snaží sa v nej byť špičkový. Vnútorné motivačné faktory pôsobia dlhodobejšie než vonkajšie.

Správnym výberom zamestnancov, tvorbou optimálnych pracovných podmienok, zabezpečením podnikových sociálnych výhod, resp. zamestnaneckých výhod a správnym a predovšetkým transparentne stanoveným mzdovým systémom môže podnikový manažment ovplyvniť výsledok práce zamestnanca. Je to výsledok práce (pracovný výkon), ktorý bude determinovať aj úspešnosť a efektívnosť podniku na trhu cestovného ruchu.

Starostlivosť o zamestnancov

Sociálna starostlivosť o zamestnancov podniku patrí k prvkom humanizácie práce v podnikoch cestovného ruchu. Na jednej strane ide o sociálne dávky, ktoré podniku vyplývajú z platnej legislatívy v danej krajine (napr. odvody do systému sociálneho zabezpečenia, poskytovanie zamestnaneckého stravovania a pod.), na druhej strane sú to náklady, ktoré podnik vynakladá dobrovoľne. Ide napríklad o ďalšie vzdelávanie zamestnancov, podnikové sociálne zariadenia, ako predškolské zariadenia, podnikové byty a pod. V prípade podnikov cestovného ruchu sa často uplatňujú finančne menej náročné aktivity v oblasti starostlivosti o zamestnancov. Patrí tam napríklad zvýhodnené poskytovanie služieb podniku pre zamestnancov podniku a ich rodinných príslušníkov (napr. predaj zájazdov v cestovných kanceláriách a agentúrach, rodinné oslavy v hotelo-reštauračných zariadeniach, zvýhodnený vstup do relaxačných zariadení podniku zvyčajne vo vymedzenom čase, kedy je dopyt návštevníkov nižší, možnosť nákupu jedál za nákladové ceny a i.). Všetky tieto opatrenia v konečnom dôsledku prispievajú k budovaniu lojality zamestnancov k vlastnému podniku a prispievajú aj k ich spokojnosti.

V Slovenskej republike vytvárajú podnikateľské subjekty špecifický zdroj financovania sociálnej politiky podniku. Ide o tzv. sociálny fond, ktorý z hľadiska platnej le-



nelegálnym zamestnávaním. Je to tzv. *vypomáhajúci rodinný príslušník fyzickej osoby podnikateľa* (v cestovnom ruchu pre živnostníka). Vypomáhať môže len príbuzný v priamom rade (otec, matka, syn, dcéra, vnuk, vnučka), súrodenec alebo manžel/manželka, ktorý je:

- dôchodkovo poistený,
- je poberateľom dôchodku,
- žiakom alebo študentom do 26 rokov veku,
- prácu vykonáva bez odmeny (zákon č. 82/2005 Z. z.).

Ide o určitý spôsob podpory rodinného podnikania, zapojenia členov rodiny do poskytovania služieb. Platí to však len v prípade práce pre živnostníkov. Rodinných príslušníkov spoločníkov spoločnosti s ručením obmedzeným, aj keby splnili uvedené podmienky, už ako vypomáhajúcich členov rodiny chápať nemôžeme.

Príklad

FO podnikateľ „Jozef Zeta – ubytovanie“ (živnostník) prevádzkuje Hotel Zámok **. Má dve deti. Jeho syn vo veku 28 rokov je študentom doktorandského štúdia a zároveň je zamestnaný v istom podniku v pracovnom pomere. Jeho dcéra je vysokoškolskou študentkou v dennej forme štúdia vo veku 27 rokov. V spoločnej domácnosti žije s nimi priateľka syna, ktorá je zamestnaná v istom podniku v pracovnom pomere.

Úloha

Uveďte možnosti vykonávania závislej práce rodinných príslušníkov a práce ako vypomáhajúcich členov domácnosti bez pracovnoprávneho vzťahu.

Riešenie

Možnosti výkonu práce rodinných príslušníkov v zariadení Hotel Zámok**.

| Rodinný príslušník/ člen domácnosti | Práca bez pracovnoprávneho vzťahu (vypomáhanie) | Práca na základe pracovno- právneho vzťahu |
|--|---|--|
| Syn • študent, 28 rokov • zamestnanec iného podniku | môže vypomáhať, pretože je dôchodkovo poistený (zo mzdy u iného zamestnávateľa), ale bez nároku na odmenu | vykonáva, ak je za prácu odmeňovaný. |
| Dcéra • študent, 27 rokov | nemôže vypomáhať, pretože je študentom nad 26 rokov a nie je dôchodkovo poistená | pracuje len na základe pracovnoprávneho vzťahu (vrátane odmeňovania) |
| Priateľka syna • zamestnanec iného podniku | nemôže vypomáhať, pretože aj keď je dôchodkovo poistená, nie je príbuzná v priamom rade | |



- *iné výnosy z hospodárskej činnosti*, ktoré priamo nesúvisia s jeho hlavnou činnosťou podniku. Patria sem tržby z predaja dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku, tržby z predaja materiálu, zmluvné pokuty, penále a úroky z omeškania, ostatné pokuty, penále a úroky z omeškania, výnosy z odpísaných pohľadávok, ostatné výnosy z hospodárskej činnosti (napr. bezodplatne nadobudnutý majetok, inventarizačné rozdiely – prebytok materiálu, zásob, majetku). Vo väčšine prípadov je podiel týchto výnosov na celkových výnosoch nízky alebo majú tieto výnosy náhodný charakter.

Z účtovného hľadiska patrí medzi výnosy z hospodárskej činnosti aj zmena stavu vnútroorganizačných zásob (napr. polotovarov), aktivácia (tovaru, materiálu, dlhodobého hmotného a nehmotného majetku) a iné.

Finančné výnosy tvoria tržby z predaja cenných papierov a podielov, úroky z dočasne voľných finančných prostriedkov na účtoch v bankách alebo od iných dlžníkov, kurzové zisky (napr. v prípade poskytovania zmenárenských služieb), výnosy z dlhodobého a krátkodobého finančného majetku.

6.2.2 Elektronická evidencia tržieb

Tržba je výnos, ktorý vzniká predajom vlastných tovarov, výrobkov a služieb, prípadne iných aktív. Prijatie tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb podnikateľským subjektom v hotovosti podlieha špecifickej legislatíve o evidencii tržieb, pričom v súčasnosti sa vo väčšine štátov začína uplatňovať elektronická evidencia založená na rôznych modeloch. V súčasnosti ide o aktuálnu a často diskutovanú problematiku, nielen v SR, ale aj v ostatných štátoch EÚ. Zámerom opatrení v tejto oblasti je predovšetkým zlepšenie výberu daní a zjednodušenie kontroly zo strany správcu dane. Podnikateľských subjektov v cestovnom ruchu sa legislatíva v tejto oblasti priamo dotýka, ovplyvňuje to administratívnu a finančnú náročnosť ich podnikania. Tá pramení nielen zo zákonom stanovených povinností evidencie, úkonov a technických požiadaviek na zariadenia a vybavenie, ale aj z častých zmien legislatívy v tejto oblasti, ktoré môžu negatívne ovplyvniť vnímanie podmienok podnikania.

Nie všetky krajiny majú rovnaký rozsah legislatívy v oblasti evidencie tržieb. Určitá forma evidencie tržieb existuje v Slovenskej republike, Chorvátsku, Taliansku, Maďarsku, v Poľsku, Belgicku, Litve, na Malte, vo Švédsku, v Rumunsku, v Bulharsku, v Grécku a na Cypre. V SR sa legislatívne podmienky používania elektronických registračných pokladníc priamo dotýkajú cestovného ruchu už 20 rokov, v susednej Českej republike ide o novú legislatívnu úpravu pripravovanú od roku 2015.

Elektronicky evidovať tržby je v SR podnikateľský subjekt povinný:

- ak predáva tovar alebo poskytne zákonom vymedzenú službu (podľa štatistickej klasifikácie ekonomických činností v zákone o používaní elektronickej registračnej pokladnice – medzi tieto služby patria všetky služby v cestovnom ruchu) a zároveň,

| Názov položky | Výpočet | €, (%), počet |
|-------------------------------------|-----------------------|----------------|
| D. Požadované výnosy | $(B \% z A) + C$ | 3 mil. € |
| E. Zisk neprípádajúci na ubytovanie | | 0,5 mil. € |
| F. Požadovaný zisk z ubytovania | $D - E$ | 0,5 mil. € |
| G. Náklady na ubytovanie | | 1,5 mil. € |
| H. Celkové výnosy za ubytovanie | $F + G$ | 2,0 mil. € |
| I. Počet izieb | | 200 |
| J. Plánované využitie kapacity | | 65 % |
| K. Plánovaný počet izbodní | $I \cdot J \cdot 365$ | 47 450 |
| L. Priemerná cena izby | H/K | 42,10 € |

Z výpočtu vyplýva, že priemerná cena izby 42,10 eura by v prípade dosiahnutia plánovaných hodnôt mala zabezpečiť spoločnosti požadovanú mieru návratnosti investícií.

6.3.2 Kalkulácia cien jedál a nápojov

Kalkulácia cien jedál a nápojov vychádza z materiálových spotrebných receptúr, ktoré sú vypracované na základe receptúr na prípravu jedál a nápojov. Kalkulácie sú spracované na kalkulačných listoch, ktoré musia mať určité minimálne náležitosti. Dodržiavanie receptúr pri príprave jedál a nápojov je predmetom kontroly viacerých štátnych orgánov (napr. Slovenskej obchodnej inšpekcie a Regionálneho úradu verejného zdravotníctva).

1. názov pokrmu
2. kalkulácia na 10 porcií
3. suroviny na prípravu pokrmu
4. potrebné množstvo surovín v gramoch
5. obstarávacía cena za jednotku surovín v €
6. prepočítaná obstarávacía cena na potrebné množstvo surovín
7. priame náklady v € (náklady na spotrebované suroviny)
8. + nepriame (režijné) náklady v €
9. vlastné náklady na jednu porciu pokrmu v €
10. + kalkulovaný zisk v %
11. predajná cena netto
12. + DPH
13. predajná cena brutto
14. obdobie platnosti ceny
15. podpis zamestnanca, ktorý kalkuloval cenu.

Prameň: Gúčík – Patúš, 1997, s. 34.

V kalkulačných listoch sa uvádzajú náklady na nákup surovín a potravín nevyhnutných na výrobu jedál a nápojov v tzv. kalkulačných cenách. Je to priemerná nákupná cena potravín a surovín I. akostnej triedy v určitom období v závislosti od druhu potravín, napr.