

Učebný zdroj pre žiakov z predmetu ekonomika

(odbor Pracovník marketingu)

OBSAH

ÚVOD.....	4
CIELE VYUČOVACIEHO PREDMETU	5
1.ROČNÍK.....	6
1. ZÁKLADNÉ EKONOMICKÉ POJMY.....	6
2. VÝROBNÉ FAKTORY	10
2.1 Trh a trhový mechanizmus	11
2.1.1 Ponuka.....	14
2.1.2 Dopyt	15
2.2 Konkurencia.....	18
3. HOSPODÁRSKY CYKLUS	20
3.1 Nezamestnanosť.....	21
4. INFLÁCIA (Vymedzenie inflácie, jej podstata a meranie).....	25
4.1 Nákladová inflácia	27
4.2 Dopytová inflácia.....	27
4.3 Účinky a dôsledky inflácie	28
2. ROČNÍK.....	30
5. NÁRODNÉ HOSPODÁRSTVO	30
5.1 Štruktúra národného hospodárstva.....	31
6. ZÁKLADNÉ MAKROEKONOMICKÉ UKAZOVATELE.....	33
7. MEDZINÁRODNÁ EKONOMICKÁ INTEGRÁCIA.....	36
7.1 Zahraničný obchod.....	36
7.1.1 Obchodná politika v SR.....	38
7.2 Medzinárodné ekonomické organizácie.....	39
8. PODNIK A PRÁVNE FORMY PODNIKANIA.....	45
8.1 Živnosť	48
8.2 Obchodné spoločnosti - OS	49
9. VECNÁ STRÁNKA ČINNOSTI PODNIKU	53

9.1. Majetok podniku	53
9.2 Inventarizácia majetku	54
10. EKONOMICKÁ STRÁNKA ČINNOSTI PODNIKU.....	58
10.1. Náklady a výnosy.....	58
10.2 Finančné hospodárenie podniku	62
3. ROČNÍK	67
11. PERSONÁLNA ČINNOSŤ PODNIKU.....	67
11.1 Personálne plánovanie.....	67
11.2 Vznik, zmena a skončenie pracovného pomeru.....	68
11.3 Mzda a odmeňovanie pracovníkov	70
12. MARKETING	76
12.1 Marketingové stratégie	77
13. MANAŽMENT	81
13.1 Manažérske funkcie.....	81
13.2 Kontrolný proces podniku	87
14. BANKOVÁ SÚSTAVA SR	91
14.1 Elektronické bankovníctvo	92
14.2 Poisťovníctvo	95
4.ROČNÍK.....	100
15. ŠTÁTNY ROZPOČET A DAŇOVÁ SÚSTAVA.....	100
15.1 Daňová sústava	102
15.1.1 Daň z príjmov.....	104
15.1.2 Daň z pridanej hodnoty (DPH).....	108
16. PODNIKATEĽSKÝ PLÁN	112
16.1 Funkcie a úlohy podnikateľského plánu.....	112
16.2 Účel tvorby podnikateľského plánu	114
16.3 Štruktúra podnikateľského plánu	118
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	136

ÚVOD

Ekonomika patrí k ťažiskovým odborným vyučovacím predmetom. Spolu s ostatnými odbornými predmetmi vytvára základ ekonomického vzdelania a rozvíja intelektuálne schopnosti žiakov.

Cieľom vyučovacieho predmetu je poskytnúť žiakom základné poznatky z makroekonomiky, podnikovej ekonomiky ako aj odborné ekonomické vedomosti z oblasti terciárnej sféry národného hospodárstva.

V 1. ročníku žiaci získajú prehľad o základných ekonomických pojmoch, trhu a trhovom mechanizme, hospodárskom cykle, inflácii a nezamestnanosti. V 2. ročníku si žiaci osvoja problematiku národného hospodárstva a medzinárodných ekonomických vzťahov. V ďalších tematických celkoch žiaci nadobudnú vedomosti o podniku a právnych formách podnikania, vecnej a ekonomickej stránke činnosti podniku. V 3. ročníku si žiaci osvoja personálnu, odbytovú, riadiacu a kontrolnú činnosť a zároveň vzťahy podniku k okoliu - k bankám, poisťovniam a rozpočtovej sústave. Do obsahu predmetu v 4.ročníku je zahrnutá tvorba podnikateľského plánu. Podnikateľský plán vychádza zo zvláštností príslušného odboru – obchod, spoločné stravovanie, cestovný ruch a ostatné služby. Učivo zohľadňuje aj požiadavky podnikateľskej sféry, príslušného regiónu, trendy vývoja v danom odbore a aktualizáciu právnych predpisov.

Ťažiskom vyučovania nebude len opis ekonomických javov a procesov, ale aj uvádzanie žiakov do problémových situácií a hľadanie optimálnych riešení. Vyučovanie predmetu ekonomika kladie na vyučujúceho zvýšené požiadavky, dôraz je položený na jeho sústavný styk s praxou, osvojovanie si nových právnych predpisov a progresívnych foriem výučby ekonomiky v závislosti na jej vývoji.

Pri výklade učiva uvádza vyučujúci konkrétne príklady, využíva grafy, schémy, odbornú tlač a časopisy, ktoré znázorňujú a vysvetľujú určité hospodárske javy a procesy v podnikoch, nadväzuje na skúsenosti žiakov z odborného výcviku.

Vyučujúci dôsledne uplatňuje medzipredmetové vzťahy, čo je podmienkou na pochopenie nielen ekonomických javov a procesov, ale aj praktickej použiteľnosti ekonomických vedomostí ako základného motivačného faktoru učenia žiakov.

CIELE VYUČOVACIEHO PREDMETU

Cieľom vyučovacieho predmetu je poskytnúť žiakom základné poznatky z makro ekonomiky, podnikovej ekonomiky ako aj odborné ekonomické vedomosti z oblastí terciárnej sféry národného hospodárstva. Ťažiskom vyučovania nebude len opis ekonomických javov a procesov, ale aj uvádzanie žiakov do problémových situácií a hľadanie optimálnych riešení. Vyučovanie predmetu ekonomika kladie na vyučujúceho zvýšené požiadavky, dôraz je položený na jeho sústavný styk s praxou, osvojovanie si nových právnych predpisov a progresívnych foriem výučby ekonomiky v závislosti na jej vývoji. Pri výklade učiva uvádza vyučujúci konkrétne príklady, využíva grafy, schémy, odbornú tlač a časopisy, ktoré znázorňujú a vysvetľujú určité hospodárske javy a procesy v podnikoch, nadväzuje na skúsenosti žiakov z odborného výcviku. Vyučujúci dôsledne uplatňuje medzi predmetové vzťahy, čo je podmienkou na pochopenie nielen ekonomických javov a procesov, ale aj praktickej použiteľnosti ekonomických vedomostí ako základného motivačného faktoru učenia žiakov. Učivo nadväzuje na všetky odborné predmety a odborný výcvik.

Metódy, formy a prostriedky vyučovania ekonomiky majú stimulovať rozvoj poznávacích schopností žiakov, podporovať ich cieľavedomosť, samostatnosť a tvorivosť. Uprednostňujeme také stratégie vyučovania, pri ktorých žiak ako aktívny subjekt v procese výučby má možnosť spolurozhodovať a spolupracovať, učiteľ zase má povinnosť motivovať, povzbudzovať a viesť žiaka k čo najlepším výkonom, podporovať jeho aktivity všeobecne, ale aj v oblasti zvýšeného záujmu v rámci učebného odboru. Vyučujúci pri výklade učiva vytvára modelové problémové situácie, pri ktorých žiaci hľadajú optimálne riešenie, využívajú poznatky a skúsenosti z odborného výcviku. Pri výučbe používame formu výkladu, riadeného rozhovoru, preferujeme prácu s učebnicami a počítačom. Odporúčajú sa aj rôzne odborné časopisy s ekonomickou tematikou a denná tlač. Hodnotenie žiakov bude založené na kritériách hodnotenia v každom vzdelávacom výstupe. Klasifikácia bude vychádzať z pravidiel hodnotenia tohto školského vzdelávacieho programu. Použijú sa adekvátne metódy a prostriedky hodnotenia. Výučba bude prebiehať v bežnej triede a počítačovej učebni.

1.ROČNÍK

1. ZÁKLADNÉ EKONOMICKÉ POJMY

Ekonomía

- Náuka, kt. sa zaoberá otázkami hospodárenia a hospodárskej činnosti ľudí
- Gr. oikonomia – správa domácností
- Oikos = dom, hospodárstvo
- Nomos = zákon, pravidlo
- Začiatky ekonomie ako vedy v 18. St.
- Zakladateľ Adam Smith – priemyselná revolúcia (dielo Pojednanie o podstate a pôvode bohatstva národov)
- Podľa toho ako ekonomia skúma jednotlivé ekonomické javy a procesy na:
- Makroekonomia – skúma ekonomiku ako celok
- Mikroekonomia – skúma správanie jednotlivých ekonomických subjektov (spotrebiteľov, domácností, podnikov)
- Pozitívna a normatívna

Ekonomika

- Cieľavedomá hospodárska činnosť ľudí zameraná na výrobu, výmenu a spotrebu statkov a služieb
- Cieľom ekonomiky je uspokojovať potreby obyvateľov a zároveň ekonomika musí riešiť tri základné ekonomické problémy (čo vyrábať, ako vyrábať, pre koho vyrábať)

Základné tri ekonomické otázky sú:

- Čo vyrábať?
- Ako vyrábať?
- Pre koho vyrábať?

Podľa spôsobu riešenia týchto otázok poznáme typy ekonomík:

1. *tradičnú ekonomiku*

- všeobecné ekonomické rozhodnutia sa v nej prijímajú na základe inštinktov, zvykov a tradícií prenášaných z generácie na generáciu
- ide spravidla o málo rozvinutú a dnes už historicky prekonanú ekonomiku, ktorá existovala najmä v primitívnych civilizáciách.

2. *príkazovú ekonomiku (centrálne riadené hospodárstvo)*

- základnej ekonomike rozhoduje štát - teda vláda, plánovací úrad, úradníci
- príklad: socialistické št. do r. 1989 (ceny aj mzdy boli stanovené štátom, štátne vlastníctvo)- systém organizácie a riadenia ekonomiky založený na príkazoch a administratívnych rozhodnutiach u centra

- typickým príkladom je centrálné plánovanie a direktívne riadenie v bývalých socialistických krajinách str. a V Európy
- neumožňuje efektívne využiť výrobné zdroje krajiny, spravidla ide o nedostatkovú ekonomiku

3. *trhová ekonomika*

- rozhoduje trh
- je založená na systéme slobodného podnikania a voľnej súťaže , prevláda súkromné vlastníctvo, je voľna tvorba miezd a cien.
- má slobodný trh statkov a služieb, výrobných faktorov, liberalizovaný zahraničný obchod, samostatné centrálné a obchodné banky, burzy a burzový obchod

4. *zmiešané ekonomiky*

- štandardný model vyspelých demokracií - trhová ekonomika doplnená rozhodovaním vlády (v niektorých oblastiach rozhoduje štát, URSO – úrad pre reguláciu sieťových odvetví)
- v súčasnosti sa vyskytuje najčastejšie
- štát je významným vlastníkom predovšetkým strategických podnikov, ako i neziskových organizácií (Slovenská pošta, školy, nemocnice...)
- v soc. záležitostiach – soc. slabšie skupiny obyvateľstva
- verejný záujem – väznice, školy, diaľnice

Potreby

- Prejavy pocitu nedostatku, ktoré sa snažíme uspokojovať.
- Delenie potrieb:
 1. Podľa významu:
 - Základné (jesť, spať, piť...)
 - Kultúrne (divadlo, čítanie kníh)
 - Luxusné (módne oblečenie, rýchle auto)
 2. Podľa charakteru:
 - Fyzické (bageta, bývanie)
 - Duševné (ísť na futbalový zápas, vzdelávanie)
 - Sociálne (láska, priateľstvo)
 3. Podľa subjektu:
 - Individuálne
 - Kolektívne – diaľnice...

Statky

- Prostriedky, ktoré používame na uspokojenie potrieb
- Sú výsledkami výroby alebo prírody
- DELENIE:
 1. Podľa spôsobu získavania
 - a) voľné (voda, vzduch, vietor, slnko)
 - b) vzácne (ekonomické – výsledok výroby – v obmedzenom množstve)

2. Podľa účelu použitia
 - a) spotrebné – slúžia na konečnú spotrebu (potraviny)
 - b) kapitálové (výrobné) – slúžia ako prostriedok pre ďalšiu výrobu statkov a služieb (DVD, múka, látka v krajčírstve, počítač)
3. Podľa charakteru
 - a) hmotné – má materiálnu podobu (počítač)
 - b) nehmotné – nemá materiálnu podobu (program v PC)

Služby

- Činnosti, ktoré uspokojujú potreby svojím priebehom
 1. Osobné - kozmetika, vizážista, dopravné služby, zdravotníctvo
 2. Vecné - opravy áut, technicky, čistenie striebra

Tovar

- Statky a služby určené na predaj (niečo, čo nakupujeme a predávame bezo zmeny)
- SLUŽBY
 - Živnostník Jozef Malý zaoberajúci sa maľovaním bytov nám vymaľoval byt
 - Kadernička ostrihala zákazníčke vlasy
 - Obuvník opravil Paule topánky
- STATKY
 - Potraviny v obchode
 - Elektronika v obchodnom dome
 - Automobily v autosalóne

Výrobok

- Vstupné faktory:
 1. Prírodné zdroje a pôda
 2. Práca
 3. Kapitál (peňažný, nepeňažný (fyzický))
- Výstupné faktory:
 1. Výrobok
 2. Služba

Výroba – proces, pri ktorom sa menia vstupy na výstupy

Práca- Cieľavedomá činnosť ľudí zameraná na výrobu statkov a služieb

Kapitál - Všetky statky, ktoré slúžia na výrobu ďalších statkov a poskytovanie služieb

- Peňažný: peniaze, za ktoré sa nakúpi fyzický kapitál
- Fyzický: na výrobu umeleckých diel (socha) potrebujeme:
 1. Materiál – drevo, sadra, kov
 2. Nástroje – počítač, software, ateliér

Peniaze – formy a funkcia

- Naturálna výmena (barter) – výmena jedného tovaru za druhý
- Tovarová výmena – prvá forma peňazí, kde funkciu peňazí plnili jeden, dva, tri tovary, za ktoré sa vymieňali všetky ostatné tovary a služby – na našom území – plátno – platiť
- Drahé kovy – zlato, striebro (trvanlivé, ľahko deliteľné, skladovateľné, hodnotné – všeobecne platný výmenný prostriedok
- Dve obdobia:
BIMETALIZMUS – súčasne dva kovy
MONOMETALIZMUS – jeden kov

2. VÝROBNÉ FAKTORY

1. Práca

- je cieľavedomá fyzická alebo duševná činnosť, ktorej výstupom sú výrobky alebo služby
- práca vyjadruje existenciu pracovnej sily, jej ekonomický prínos spočíva v produktivite
- cenou práce je **mzda** alebo **plat**
 - o **mzda** - sa týka manuálnych pracovníkov a je limitovaná počtom odpracovaných hodín
 - o **plat** – je mesačná čiastka nemanuálnych pracovníkov, ktorý sa nemení s intenzitou práce ani s počtom odpracovaných hodín
- práca – je primárny alebo prvotný faktor výroby, nie je výsledkom ekonomického výsledku

2. Pôda

- primárny faktor výroby, ovplyvňuje výšku nákladov výroby
- pôda má nulové náklady výroby, spoločnosť nič nestojí vyrobiť ju, nedochádza k jej spotrebe, ale môže dôjsť k jej znehodnoteniu.
- Odmenou za prenájom pôdy je **pozemková renta**; ak sa predáva, hovoríme o trhovej cene

$$V=r/i$$

(V-cena, r-renta, i-úrok)

- ponuka pôdy je neelastická a je kvantitatívne obmedzená

3. Kapitál

- sekundárny výrobný faktor – nie je spoločnosti daný, ale závisí od jej ekonomickej aktivity
- výnos je vo forme – zisku, dividendy, úroku, tantiémy
- **Fyzický kapitál** – výroby, produktivity, je totožný s pojmom kapitálové statky
 - o **fixný** – predstavuje hmotné a nehmotné aktíva dlhodobého charakteru, napr. stroje, zariadenia
 - o **obežný** (cirkulujúci) – predstavuje aktíva krátkodobého charakteru, napr. zásoby surovín, materiálu, nedokončenej výroby

4. Podnik

- podnikateľ, ľudský faktor
- má na starosti reguláciu prvých troch faktorov – plánovanie, organizovanie

Úloha pre žiakov: Osemsmerovka

Zadanie domácej úlohy – osemsmerovka, v ktorej majú žiaci nájsť čo najviac ekonomických pojmov.

C E N A K U N O P V D

S K P R Á C A O E Ý O

T O K O A A T R H M P

A N N D Ú R Z O O E Y

T Ó Z R E M I R V N T

O M O B P Ô D A U A K

K K A P I T Á L A B R

Riešenie: cena, ponuka, práca, ekonóm, statok, pôda, kapitál, dopyt, výmena, potreba, mzda, burza (15 ekonomických pojmov).

2.1 Trh a trhový mechanizmus

Najdôležitejší a dosiaľ neprekonaný regulátor a stimulátor ekonomického rozvoja je trh.

Charakteristika trhu:

- označuje spôsob realizácie tovarov a služieb, ktorá sa uskutočňuje prostredníctvom ponuky, dopytu a ceny
- je dynamický proces, ktorý sa neustále vyvíja
- sú to vzťahy, ktoré vznikajú medzi kupujúcim a predávajúcim
- je to miesto, kde dochádza k nákupu a predaju tovarov a služieb

Členenie trhov:

1. podľa množstva tovarov

- a) čiastkový trh - dotýka sa iba 1 druhu tovarov
- b) agregátny trh - je trh všetkých druhov tovarov

2. z hľadiska územného

- a) miestny trh - je charakteristický ponukou miestnych produktov
- b) národný trh - trh danej ekonomiky štátu
- c) svetový trh- trh, kde sa tvoria svetové ceny

3. podľa predmetu kúpy a predaja

- a) trh spotrebných predmetov

b) trh výrobných faktorov - (pôda, práca, kapitál)

c) finančný trh - trh peňazí a cenných papierov

4. ostatné

a) Voľný trh – ponuka a dopyt sú veľmi pružné

b) Trh kupujúceho – vzniká vtedy, ak ponuka na trhu je $>$ ako dopyt

c) Trh predávajúceho – vzniká ak ponuka na trhu je $<$ ako dopyt

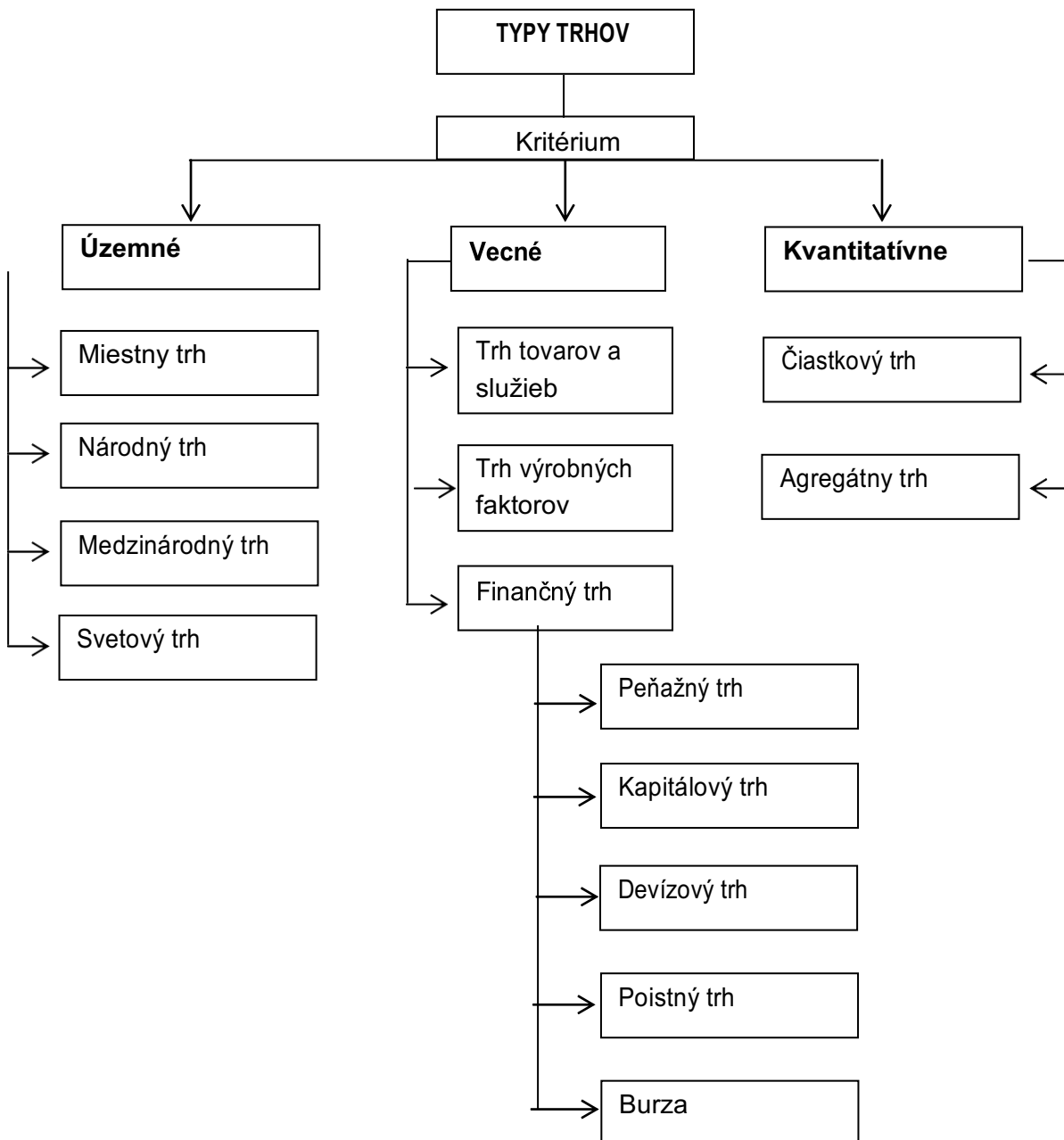
d) Vzorkový trh – obchoduje sa pomocou vzoriek tovarov

e) Dokonalý trh – predpokladá absolútne voľnú súťaž (teoretický pojem)

Nelegálne trhy:

- **čierny trh** – zameraný na nedostatkový tovar, zakázaný tovar

Grafické znázornenie typov trhu



Subjekty trhu

Základné subjekty trhu sú:

- Domácnosti:** vystupujú na trhu spotrebných tovarov ako kupujúci, ale aj ako predávajúci. Domácnosti sú vlastníčkmi výrobných faktorov (pôda, práca, kapitál), ktoré predávajú firmám, aby za získané príjmy/mzda, renta, úrok/ mohli nakupovať výrobky a služby na uspokojenie svojich potrieb.
 - **Cieľ**- účasti domácností na trhu je uspokojovanie potrieb členov domácnosti.
- Firmy:** sú subjekty, ktoré vyrábajú tovar za účelom predaja. Na trhu vystupujú ako predávajúci (tovarov) i ako kupujúci (výrobných faktorov).

- **Cieľ**- účasti firiem na trhu je maximalizácia zisku.
3. **Štát**: vstupuje na trh ako špecifický subjekt. Môže byť aj predávajúcim i kupujúcim (štátne objednávky). Ovplyvňuje trh prostredníctvom svojich inštitúcií, zákonodarných orgánov, legislatívy /napr. daňová politika, colná politika, sociálne programy a pod./
- **Cieľ**- účasti štátu na trhu je regulácia a ovplyvňovanie trhu.

2.1.1 Ponuka

Ponuka predstavuje množstvo tovarov a služieb, ktoré sú výrobcovia ochotní dodať na trh za určitú cenu.

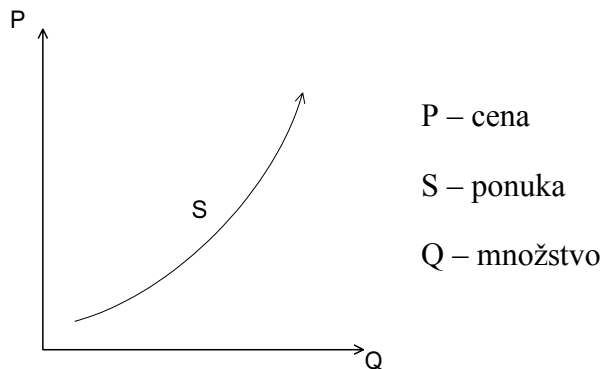
Delenie:

- **Agregátna ponuka** (celková) predstavuje súhrn všetkých ponúk, s ktorými výrobcovia prichádzajú na trh
- **Individuálna ponuka** je ponuka od jedného výrobcu, jednej firmy.
- **Čiastková ponuka** predstavuje ponuku jedného druhu výrobku od rôznych výrobcov. Je teda súčtom individuálnych ponúk na určitom čiastkovom trhu.

Faktory ovplyvňujúce ponuku:

- a) **cena**
- b) **náklady výroby**- pokles nákladov umožňuje pri rovnakých zdrojoch vyrobiť väčšie množstvo výrobkov a tým zvýšiť ponúkané množstvo. Náklady výroby sa môžu znižovať napr.: cestou zmeny technológií, organizácie práce, cenami vstupov...
- c) **ceny alternatívnych výrobkov (substitútov)** - substitút je tovar, ktorý svojimi úžitkovými vlastnosťami nahrádza iný /sledovaný/ tovar.
Príklad: nárast cien hovädzieho mäsa vedie k zvýšeniu spotreby napr. bravčového mäsa /substitút/.
- d) **organizácia trhu** - závisí od ovplyvňovania trhu napr. zákonnými opatreniami.
- e) **zmeny výrobných podmienok**
Napríklad: vplyv počasia na ponuku poľnohospodárskych produktov

Graf ponuky



Krivka ponuky má rastúci charakter. Vyjadruje správanie sa výrobcu na trhu. Tomuto zodpovedá aj **zákon rastúcej ponuky**, ktorý vyjadruje, že rast ceny vyvoláva rast ponuky a naopak, pokles ceny vyvoláva pokles ponuky.

Predávať za vysokú cenu je pre výrobcu výhodnejšie než predávať lacno, lebo pri vyšších cenách dosiahne firma aj vyšších tržieb a pri rovnakej miere nákladov aj vyšší zisk. Ponuková krivka má rastúci tvar preto že výrobcovia obmedzenia výrobu lacných výrobkov v prospech výrobkov s vyššou cenou.

2.1.2 Dopyt

Dopyt predstavuje množstvo tovarov a služieb, ktoré sú ochotní kupujúci kúpiť za určitú cenu.

Delenie:

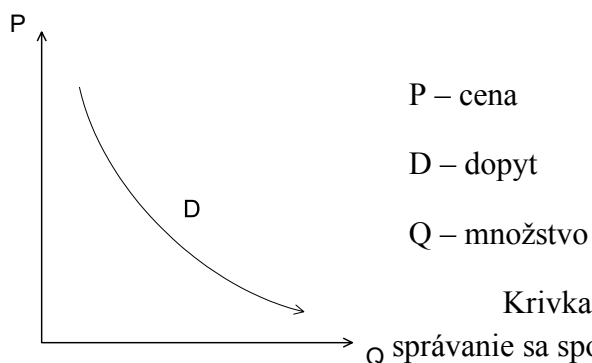
- **Agregátny dopyt** - je dopyt všetkých predpokladaných nákupov
- **Individuálny dopyt** - je dopyt jediného kupujúceho
- **Čiastkový dopyt** - je dopyt po jedinom výroku

Faktory ovplyvňujúce dopyt:

- a) Cena
- b) zmeny cien substitútov a komplementov.
 - Komplement je tovar, ktorý nakupujeme súčasne so sledovaným tovarom. Napríklad: zvýšenie cien benzínu (komplement) vedie k zníženiu dopytu po automobiloch.
 - Substitút je tovar nahradzujúci sledovaný tovar. Napríklad: zemiaky - ryža - cestovina.
 - Substitučný efekt - vyjadruje, že ak sa zvýši cena určitého tovaru zmení sa štruktúra spotreby v prospech iných tovarov.
- c) **zmena príjmov** - ak stúpajú priemerné príjmy obyvateľstva, zvyšuje sa dopyt po tovaroch dlhodobej spotreby.

- d) **zmeny v populácii** - zvýšenie počtu obyvateľstva znamená rastúci celkový dopyt po tovare
- e) **vkus, zvyky preferencie** - sú vplyvy pôsobiace diferencovanie podľa krajín, oblastí, sociálnych skupín, náboženstva individuality spotrebiteľa a pod.

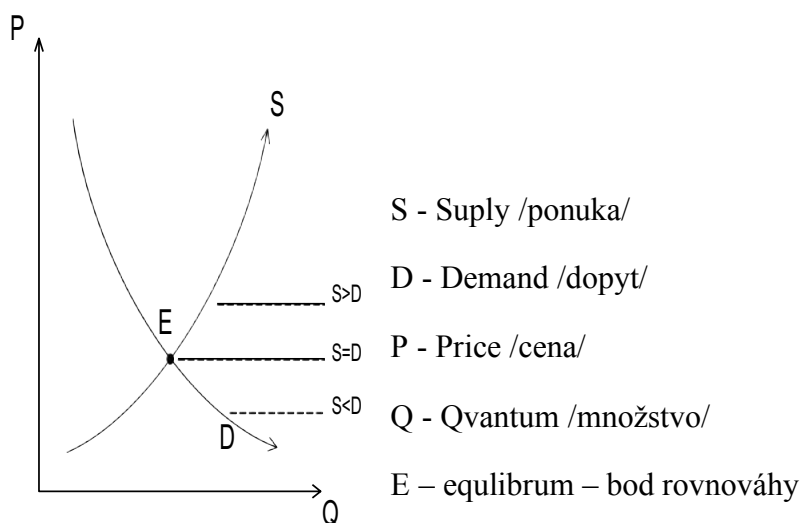
Graf dopytu



Krivka dopytu má klesajúci charakter, a vyjadruje správanie sa spotrebiteľa na trhu, ktorý je ochotný nakúpiť tým viac tovaru, čím je jeho cena nižšia. Tomu zodpovedá aj zákon klesajúceho dopytu, ktorý vyjadruje, že ak cena rastie, dopyt klesá a naopak, ak cena klesá dopyt rastie.

Trhová rovnováha

Graf trhovej rovnováhy



Na trhu môžu nastať tieto tri situácie:

1. $D=S$P stála
2. $D>S$P rastie
3. $D<S$P klesá

1. $D=S$

Cena je funkčne závislá na ponuke a dopyte. Trh je v rovnováhe lebo ponuka sa rovná dopytu. Cena, za ktorú sa nakupuje a predáva v rovnovážnom bode E, keď sa ponuka rovná dopytu, sa nazýva **rovnovážna cena**. Rovnovážny stav na trhu nie je dlhodobý, lebo na trhu sa neustále mení ponuka, dopyt aj cena. Cena, ktorá existuje na trhu v určitom okamihu ako prejav momentálneho stavu ponuky a dopytu teda platí $D<S$ alebo $D>S$ sa nazýva **trhová cena**. Pri trhovej cene vzniká prebytok alebo nedostatok tovaru na trhu. Pri rovnovážnej cene nevzniká ani prebytok ani nedostatok tovaru, hovoríme, že rovnovážna cena vyčisťuje trh.

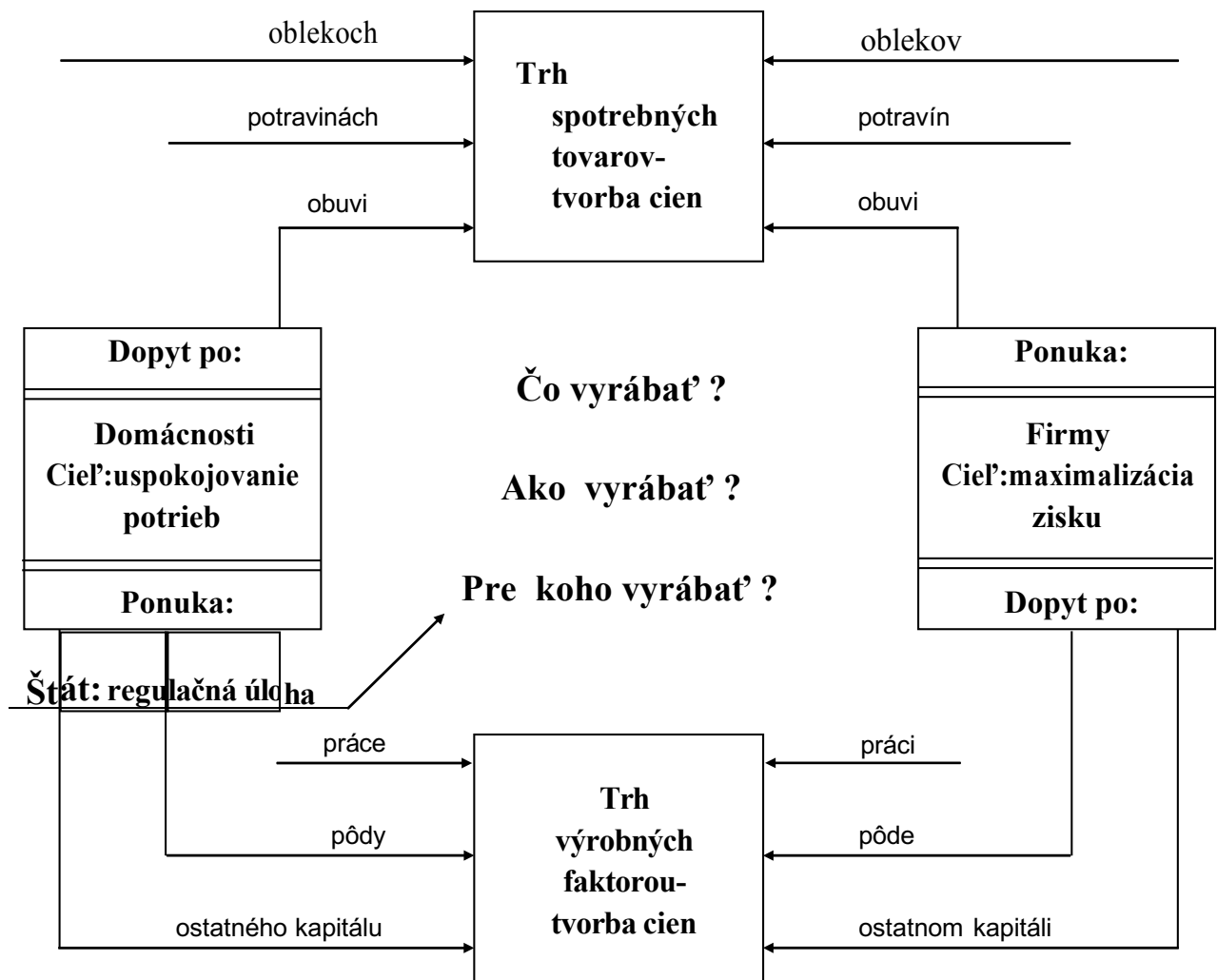
2. $D>S$

Pri nerovnováhe na trhu začínajú pôsobiť trhové sily, ktoré menia ceny, ponuku aj dopyt. Keď je $D>S$ vzniká nedostatok tovaru na trhu a kupujúci sú ochotní zaplatiť aj vyššiu cenu, čo vedie zo strany výrobcu k zvýšeniu ceny a následne k zvýšeniu ponúkaného množstva. Spotrebiteľia reagujú na zvýšenie cien znížením dopytu, rozdiely medzi ponukou a dopytom sa zmenšujú.

3. $D<S$

Na trhu vzniká prebytok tovaru viazne jeho odbyt, vzniká súťaž predávajúcich, ktorý aby predali svoj tovar musia znižovať cenu. S poklesom ceny klesá i ponúkané množstvo. Spotrebiteľia pri znížení ceny zvyšujú dopyt po tovare, nadbytočný tovar sa dopredáva. Trhové sily vedú k utváraniu trhových cien.

Schéma trhového mechanizmu



2.2 Konkurencia

Proces vzájomného pôsobenia a ovplyvňovania ponuky, dopytu a ceny závisí od podmienok konkurencie. Konkurencia je jednou zo základných podmienok fungovania trhového mechanizmu.

Veľký význam konkurencii pripisoval už Adam Smith. Konkurenciu nazval „neviditeľnou rukou“, ktorá vedie jednotlivcov, hoci sledujú len vlastný záujem, k tomu, že vyhovejú záujmom spoločnosti viac, ako keby sa o to vedome usilovali.

Konkurenciu predstavujú ju firmy, ktoré vyrábajú a predávajú v tom istom odvetví, odbore.

Rozlišujeme:

1. **Dokonalá konkurencia** - je abstrakciou, ideálnym stavom, ktorý v reálnom živote prakticky neexistuje.

Charakterizuje ju:

- veľký počet kupujúcich a predávajúcich, takže nikto z účastníkov trhu nemôže ovplyvniť cenu, cena je daný parameter
- neexistujú žiadne prekážky pre vstup a výstup z výroby, z odvetia do odvetvia
- všetci účastníci sú dobre informovaní o podmienkach trhu
- dopyt po výrobku je nekonečne elastický- pri znížení ceny môžu firmy predat' každé ponúkané množstvo výrobkov (elasticita vyjadruje spôsob vzťahu ponuky a ceny)
- kupujúci sú ľahostajný voči výrobkom, pretože tieto sa navzájom nelíšia
- výrobca nemôže žiadnym spôsobom ovplyvniť u svojich výrobkoch ani cenu, ani dopyt
- cena sa mení len vtedy ak sa menia ceny tovarov u všetkých ostatných výrobcov

Jediným spôsobom konkurencie na dokonale konkurenčnom trhu pri nezmenenom rozsahu výroby je znižovanie nákladov.

Dokonalá konkurencia teda zainteresúva výrobcov k minimálnym nákladom, k využívaniu čo najefektívnejších výrobných metód a k úsporám vzácných zdrojov spoločnosti.

2. **Nedokonalá konkurencia**

Rôzne nedokonalosti na trhu vznikajú z toho dôvodu, že kupujúci nereagujú len na rozdiely v cenách ale berú do úvahy aj iné okolnosti napr. kvalitu výrobkov, reklamu, úroveň obsluhy...Z uvedených dôvodov vznikajú nedokonalosti konkurencie.

Formy nedokonalej konkurencie:

- a) **Molopolistická konkurencia** - ide o trh jediného výrobku, ktorý vyrábajú mnohí výrobcovia. Výrobok je diferencovaný. Výrobky konkurujúcich podnikov sa môžu líšiť svojou kvalitou, formou, obalom...

Spotrebiteľovi už nie je ľahostajné, ktorý výrobok si kúpi. Vzniká boj o zákazníka. Presadzuje sa cenová aj necenová konkurencia

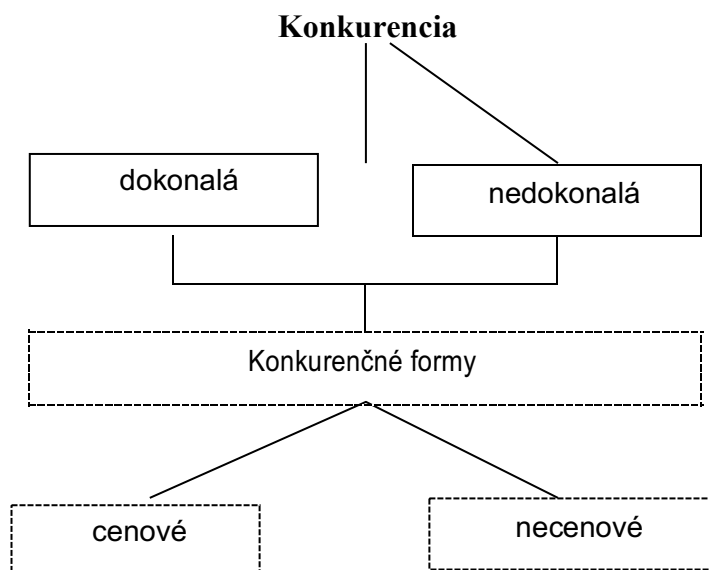
Podstata **cenovej konkurencie** spočíva v dobrovoľnom znížení cien zo strany tovarových výrobcov. Výrobcovia k tejto konkurenčnej forme pristupujú vtedy, ak sú presvedčení, že ich konkurenti nebudú schopní, sa týmto nízkym cenám prispôbiť. Cieľom takejto cenovej konkurencie je ekonomicky zničiť konkurentov, ovládnuť trh, aby v budúcnosti mohli diktovať účastníkom trhu svoje podmienky a ceny zvyšovať. V záujme tohto cieľa sú ochotní dočasne sa vzdať svojich ziskov.

Necenová konkurencia sa zakladá na snahe získať zákazníkov inými, než cenovými metódami. Ide tu predovšetkým o zvyšovanie kvality, technických parametrov, o ich rýchlu inováciu, zvyšovanie úžitkových vlastností výrobkov a podobne. Významné miesto

tu patrí tiež reklame, obalovej technike, poskytovaní rôznych zliav pri nákupoch, predaju na úver, kvalitnému servisu a pod.

Obidve formy konkurencie sa na trhu navzájom prelínajú a dopĺňajú.

- b) **Oligopol**- na trhu existuje malý počet konkurenčných podnikov, ktoré však majú značnú ekonomickú silu a sú schopné zabrániť vstupu ďalších podnikov do odvetvia. Prístup do odvetvia je obmedzený. V tejto situácii správanie jedného podniku ovplyvňuje postavenie všetkých ostatných podnikov. Preto každý oligopolista musí brať do úvahy ich reakciu na svoje rozhodnutie. Ceny sú vyššie než ceny trhovej rovnováhy v podmienkach dokonalej konkurencie alebo monopolistickej konkurencie, a to z toho dôvodu, že oligopolní výrobcovia majú možnosť udržiavať neustálu prevahu dopytu nad ponukou. Istou krajinou, ktorá sa v praxi taktiež vyskytuje je absolútny monopol.
- c) **Absolútny monopol** - za absolútneho monopolu existuje iba jeden predávajúci oproti ktorému stojí veľký počet kupujúcich. Výrobok je homogénny a nemá prakticky nijaké substitúty. Monopolista dosahuje monopolne vysoké ceny. Monopolista nie je ničím nútený znižovať svoje náklady, často dochádza k neefektívnemu využívaniu vzácnych zdrojov.



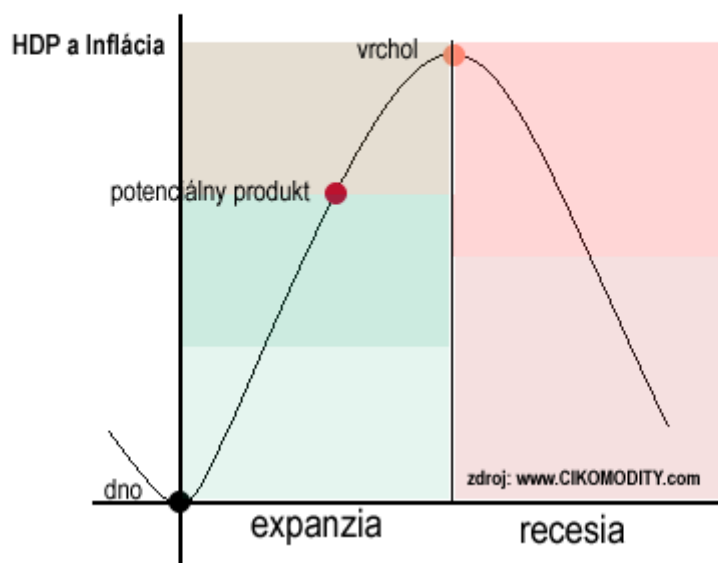
3. HOSPODÁRSKY CYKLUS

Ekonomický rast nie je priamočiary. Rast sa strieda s poklesom reálneho produktu. V tomto striedaní možno pozorovať určité spoločné črty a periodicitu. Hovoríme, že ekonomika sa vyvíja cyklicky.

Vývoj ekonomiky, ktorý prebieha v podobe opakujúcich sa výkyvov, nazývame cyklickým a jeho jednotlivé vlny, ktorá v sebe zahŕňa rozmach a pokles ekonomickej výkonnosti hovoríme **ekonomický (hospodársky) cyklus**. Predstavuje kolísanie produktu okolo potencionálneho produktu.

Hospodársky cyklus môžeme vyjadriť pomocou sínusoidy. Sínusoida označuje pohyb reálneho hrubého domáceho produktu, ktorý ekonomika v danom období dosahuje:

HOSPODÁRSKY CYKLUS



Hospodársky cyklus **má štyri fázy**:

1. **Recesia** – klesajúca ekonomická aktivita, produkt sa znižuje, v ekonomike je veľmi málo istoty, prevláda pesimizmus, znižovanie odbytu, dopyt nemôže držať krok s výrobou kvôli vysokým cenám, znižovanie výroby, prepúšťanie z práce, rast nezamestnanosti, likvidácia podnikov, znižovanie ziskov a miezd, klesá dopyt po úveroch a dopyt po práci.
2. **Dno**– bod keď je reálny produkt minimálny, najnižšia úroveň reálneho HDP, v ekonomike prevláda sklňujúca atmosféra, úroveň výroby je nízka, dopyt je nízky, nezamestnanosť je vysoká, úroveň odbytu je nízka, podniky sa zatvárajú, je nízka úroveň cien tovarov, miezd, úrokov a ziskov, je nízky dopyt po úveroch,
3. **Expanzia**– rozmach, ekonomika sa rozvíja, skutočný produkt rastie, v ekonomike prevláda dôvera a optimizmus, výroba a odbyt narastajú, nezamestnanosť klesá, ceny rastú pomaly, rastú mzdy, úroky, zisky, rastie dopyt po úveroch,
4. **Vrchol**– bod, keď reálny produkt dosahuje maximum. Najvyššia úroveň reálneho HDP, v ekonomike je plná zamestnanosť až prezamestnanosť, výroba dosahuje maximum, odbyt dosahuje najvyšší stupeň, ceny sú vysoké a ešte stále rastú, rastú mzdy, úroky a zisky, v ekonomike začína prevažovať nedôvera.

3.1 Nezamestnanosť

Jedným z najdôležitejších problémov nielen v našej ekonomike je nezamestnanosť. Patrí hlavne medzi problémy ekonomické ale aj sociálne a politické problémy.

Z hľadiska nezamestnanosti môžeme obyvateľstvo našej krajiny rozdeliť do 3 skupín:

1. Zamestnaní – medzi nich patria ľudia ktorí vykonávajú platenú prácu ale aj ľudia na dovolenke alebo nepracujú v dôsledku choroby

2. Nezamestnaní – sú to ľudia ktorí si aktívne hľadajú prácu a sú pri tom zaregistrovaný aj v organizácií na sprostredkovanie práce
3. Ostatní – ide hlavne o ľudí ktorí nepracujú a to sú tí ktorí navštevujú školy, vedú domácnosť, nepracujú v dôsledku vážnej choroby (invalidity) alebo jednoducho nemajú záujem pracovať.

Miera nezamestnanosti

Percentuálnu hodnotu miery nezamestnanosti vypočítame ako podiel všetkých nezamestnaných a všetkých zamestnaných pracovných síl vynásobeným 100. V miere nezamestnanosti používame pracovnú silu ktorá je definovaná ako súčet zamestnaných a nezamestnaných.

Štatistický úrad slovenskej republiky pri publikovaní výsledkov štatistiky nezamestnanosti uvádza aj metódu podľa ktorej boli údaje zistené. Oficiálna miera nezamestnanosti však podceňuje rozsah nezamestnanosti a taktiež aj NÚP – Národný úrad práce pri sledovaní nezamestnanosti vychádza z evidencie nezamestnaných občanov hľadajúc zamestnanie.

Rôzne formy nezamestnanosti

Frikčná nezamestnanosť - vzniká dôsledkom pohybu ľudí medzi regiónmi, pracovnými miestami alebo rôznymi etapami života. Takéto formy existujú aj vo vyspelých krajinách ako dôsledok napr. sťahovania sa za prácou či obyčajným sťahovaním ba dokonca aj zaradením matky do práce po výchove dieťaťa. Frikčná nezamestnanosť sa hlavne prejavuje u absolventov škôl kt. cestujú za prácou.

Štruktúrna nezamestnanosť – ako už samotný názov napovedá ide o nezamestnanosť kt. sa prejavuje rozdieloch regiónov, kde niektoré rastú a niektoré upadajú. Ide o nesúlad medzi ponukou a dopytom po pracovných miestach.

Cyklická nezamestnanosť – vzniká vtedy keď celkový dopyt po pracovníkoch je nízky a to sa netýka len regiónov. Celkový pohľad na trh práce a jeho diagnostiku trhu práce získavajú z pohľadu na cyklickú nezamestnanosť s porovnaním s ostatnými druhmi nezamestnanosti.

Určitá nezamestnanosť, ktorá sa nazýva **dobrovoľná**, sa vyskytuje aj v dokonale konkurenčnej ekonomike s pružnými mzdami, keď sa aj kvalifikované pracovné sily rozhodnú pri danej úrovni miezd nepracovať. **Nedobrovoľná** nezamestnanosť vzniká v dôsledku nepružnosti miezd a ich neprispôsobovaniu sa rýchlo sa meniacej situácii na trhu práce.

Dobrovoľná nezamestnanosť

Ekonomika môže fungovať efektívne, aj keď vytvára určitý rozsah nezamestnanosti, a teda nevyužíva jeden z výrobných faktorov. Dobrovoľne nezamestnaní môžu pred prácou pri danej úrovni miezd uprednosťovať voľný čas, štúdium či inú aktivitu. Môžu ísť aj o frikčné

nezamestnaných ktorý po ukončení štúdia, hľadajú svoje prvé zamestnanie, prípadne sa rozhodli zostať doma a starať sa o deti. Môžu mať síce ponuku na zamestnanie, hľadajú však iné, lepšie platené miesto. Môže ísť aj o málo produktívne sily.

Dobrovoľná nezamestnanosť môže byť aj dokonca ekonomicky efektívna. Určitá miera nezamestnanosti je teda prirodzenou súčasťou každej trhovej ekonomiky. Za prirodzenú mieru nezamestnanosti možno považovať takú mieru nezamestnanosti, pri ktorej počet nezamestnaných je nižší alebo sa rovná počtu voľných pracovných miest. Vzniká súlad medzi ponukou a dopytom prac. síl. Takúto nezamestnanosť označujeme za dobrovoľnú nezamestnanosť.

Nedobrovoľná nezamestnanosť

Ak je celkový dopyt po práci nižší, než celková ponuka práce, hovoríme o **nedobrovoľnej nezamestnanosti**.

Pri príliš vysokej mzdovej sadzbe bude chcieť pracovať viac kvalifikovaných pracovných síl, než je voľných miest. Počet pracovných síl, ktoré sú ochotné pracovať pri mzde W^c , vyjadruje bod G na krivke ponuky. Krivka dopytu DL ukazuje, že firmy sú ochotné pri mzde W^c zamestnať len H pracovných síl. Pretože mzda sa nenachádza nad úrovňou vyčisťujúcou trh, existujúcou nadbytok pracovných síl. Úsečka JH predstavuje počet zamestnaných, úsečka HG predstavuje nedobrovoľne nezamestnaných, t.j. tých ktorí aj keď prácu hľadajú, nenachádzajú ju.

Príčiny nepružnosti miezd - trh práce je regulovaný trhom, mzdy a platy na tomto trhu určujú firmy podľa platobných taríf na dlhšie časové obdobie.

Prirodzená forma nezamestnanosti

Je taká miera, pri ktorej sú trhy práce a výrobkov v rovnováhe. Pri prirodzenej miere nezamestnanosti je inflácia stabilná a nemá tendenciu ani sa zrýchľovať, ani spomaľovať. Prirodzená miera nezamestnanosti sa nerovná nule – aj v ekonomike s vysokou zamestnanosťou je určitý podiel ľudí bez zamestnania.

Prirodzená miera je úzko spojená s procesom inflácie. Predstavuje najnižšiu mieru nezamestnanosti, ktorú krajina môže mať.

Prirodzená miera je, obrazne povedané, zlatým stredom medzi príliš vysokou a príliš nízkou mierou nezamestnanosti. Je to úroveň, pri ktorej inflácia ani nerastie v dôsledku nadbytočného dopytu, ani neklesá v dôsledku nadbytočnej ponuky, pod ktorými tlaky na trhoch práce a výrobkov vedú stále rýchlejšiemu rastu miezd a cien. Pretože vývoj inflácie významne ovplyvňuje hospodársku politiku, prirodzená miera nezamestnanosti je najnižšou mierou nezamestnanosti, ktorá sa dá trvalo udržať.

Nezamestnanosť je vážny ekonomický, sociálny a politický problém. Vlády sa preto snažia o to, aby miera nezamestnanosti bola, pokiaľ možno, čo najnižšia. Toto úsilie sa

niekedy nazýva aj **politika plnej zamestnanosti**, ktorou sa rozumie nezamestnanosť na úrovni prirodzenej miery nezamestnanosti.

Percento prirodzenej miery nezamestnanosti má tendenciu k rastu v závislosti od rozdielu medzi počtom nezamestnaných a počtom voľných pracovných miest. Príčinami tohto vývoja sú **demografické zmeny, vládna politika a štruktúrne zmeny**.

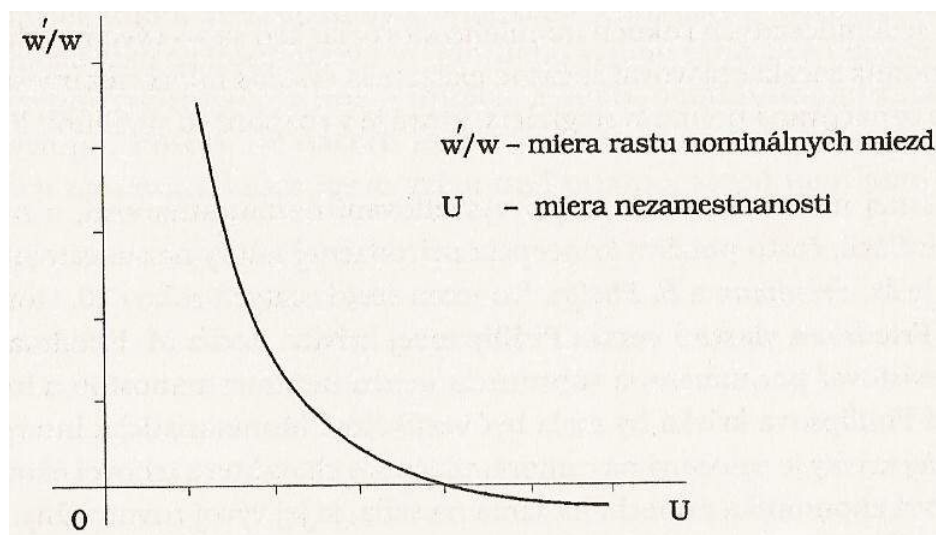
Prirodzená miera nezamestnanosti nie je ani optimálna miera nezamestnanosti, ani nie je celkom nemenná. Ide však o *najnižšiu udržateľnú mieru nezamestnanosti*, ktorú je možné v trhovej ekonomike dosiahnuť bez toho, aby niesla so sebou riziko akcelerácie inflácie.

Návrh na zníženie prirodzenej miery nezamestnanosti je viacero : zlepšiť informovanosť na trhu práce a rekvalifikačné programy, pôsobiť tak aby ekonomika fungovala pod vysokým tlakom pri ktorom sa dajú ľahšie nájsť pracovné miesta, vytvoriť z vlády zamestnávateľa poslednej inštancie a pod.

Vzájomný vzťah nezamestnanosti a inflácie

V ekonomike existuje vzťah medzi mierou zmeny miezd a mierou nezamestnanosti. Táto závislosť nepriameho charakteru sa v ekonomickej literatúre označuje ako **Phillipsova krivka**.

Teoreticky je možno očakávať, že čím je nižšia miera nezamestnanosti, tým vyššia je miera rastu miezd. Túto závislosť najlepšie vyjadruje krivka na obr.1.



Obr.1 pôvodný tvar Phillipsovej krivky

4. INFLÁCIA (VYMEDZENIE INFLÁCIE, JEJ PODSTATA A MERANIE)

Inflácia je jav, ktorý zaujíma každý individuálny objekt. Vo všeobecnosti sa vzťahuje na trhové ceny a ich vzostup.

Inflácia sa prejavuje dlhodobým **rastom cenovej hladiny** tovarov a služieb, prípadne trvalým znižovaním kúpnej sily peňažných jednotiek. Inflácia znižuje množstvá tovarov a služieb, ktoré si môžeme kúpiť za peňažnú jednotku.

Z makroekonomického hľadiska je dôležité, aké sú celkové zmeny cien. Celkovú úroveň cien tovarov a služieb, ktoré sa v národnom hospodárstve predávajú a nakupujú, označujeme pojmom cenová hladina. Potom hovoríme o vzostupoch a poklesoch.

Inflácia je vzrast celkovej cenovej hladiny, a nie jednotlivých cien. S infláciou úzko súvisia ďalšie pojmy, a to sú dezinflácia a deflácia.

Dezinflácia znamená pokles miery inflácie, resp. snahu ukončiť infláciu, ktorou by sa nemala privodiť deflácia. Dezinflácia neznamená pokles cenovej hladiny, ale situáciu keď cenová hladina rastie pomalším tempom. (t.j. ak inflácia v roku $t-13\%$ a v roku $t+1-10\%$ hovoríme o dezinflácii o 3%)

Ak celková cenová hladina poklesla, hovoríme o **deflácií**. Ide o zníženie celkovej cenovej hladiny. Najčastejšie sa deflácia vyjadruje ako opak inflácie, ktorá vzniká, keď celková cenová hladina klesá.

Druhy inflácie

Inflácia má celý rad konkrétnych príčin, na základe ktorých rozlišujeme rôzne formy inflácie:

- z kvalitatívneho hľadiska rozlišujeme infláciu **dopytovú** (dôchodkovú) a **ponukovú** (nákladovú)
- z kvantitatívneho hľadiska rozlišujeme infláciu **miernu**, **cválajúcu**, **hyperinfláciu**
- z hľadiska viditeľnosti rozlišujeme infláciu **otvorenú** (zjavnú), **potlačenú** (blokovanú), **skrytú**

1. Kvalitatívne hľadisko inflácie:

- dopytová inflácia:** Podľa tejto teórie príčinou inflačného rastu cien je existencia prebytočného kúpyschopného dopytu pri danej cenovej hladine, a to z toho dôvodu, že v podmienkach plnej zamestnanosti a pri plnom využití výrobných kapacít celková ponuka nereaguje dostatočne rýchlo na zmeny v kúpyschopnom dopyte. Do hospodárstva preniká veľká masa peňazí ako súčasť výdavkov zo štátneho rozpočtu, ako aj v rámci investičnej aktivity podnikateľov. V dôsledku toho rastie úhrnný kúpyschopný dopyt rýchlejšie,

ako celková ponuka. Preto je potrebné odčerpať relatívne prebytočný kúpyschopný dopyt, čo možno dosiahnuť zvýšením cien, a tým utvoriť predpoklady nastolenia ekonomickej rovnováhy.

- b) **ponuková inflácia:** Podľa teórie nákladovej inflácie hlavný zdroj inflácie spočíva na strane ponuky. Do centra pozornosti sa tak dostáva skúmanie vplyvu výrobných nákladov na rast cien. K inflácií dochádza v dôsledku rastu cien vstupov surovín, materiálov, energie, miezd. Hlavným prvkom nákladov, ktorý ovplyvňuje vývoj cien, je podľa mnohých stúpcov tejto teórie rast mzdových nákladov. Všímajú si však aj vplyv rastu materiálových nákladov na rast cien. Ukazujú, že rastúce mzdy predstavujú rast mzdových nákladov, čo vyvoláva ďalší rast cien a miezd. Podobne k rastu materiálových nákladov dochádza len vtedy, keď rastie efektívny dopyt, ceny a mzdy. Preteky medzi rastom nákladov a rastom cien sú hlavným zdrojom inflačného vývoja.

2. Kvantitatívne hľadisko inflácie.

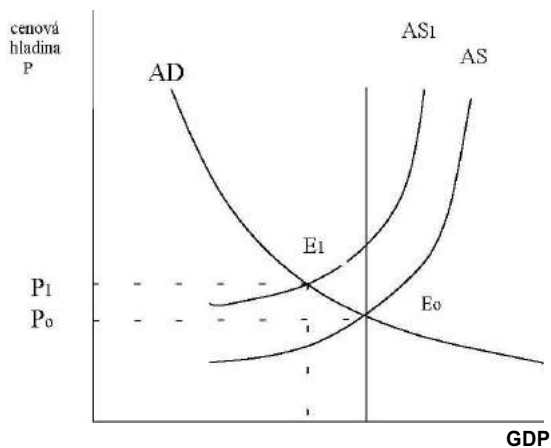
- a) **mierna inflácia:** Je to inflácia, ktorá dosahuje mieru do 9%. Pri miernej inflácií rastú ceny pomaly. Je celkom prijateľná a zlučiteľná s normálnym vývojom ekonomiky. Môžeme ju charakterizovať ako jednociferné ročné miery inflácie. Ak sú ceny relatívne stabilné, ľudia dôverujú peniazom.
- b) **cválajúca inflácia:** Je to dvoj až trojciferné tempo rastu cenovej hladiny. Tento druh inflácie spôsobuje veľké ekonomické problémy. Ak sa cválajúca inflácia úplne rozvinie, vznikajú vážne hospodárske poruchy. Pretože peniaze strácajú tak rýchlo svoju hodnotu – s reálnymi úrokovými mierami mínus 50 % alebo 100 % ročne – ľudia sa vyhýbajú tomu, aby držali viac peňazí, než je holé minimum.
- c) **hyperinflácia:** Je to inflácia, ktorá dosahuje mieru až 1000%. Je treťou formou, ktorá je spojená s mierou inflácie viac ako 1000 %, výraznou dezorganizáciou ekonomiky a rozpadom peňažného hospodárstva. Peniaze už neplnia svoju funkciu.

3. Z hľadiska viditeľnosti inflácie:

- a) **otvorená inflácia:** Pri tejto inflácii dochádza k rastu cien v dôsledku rastu výrobných nákladov alebo prevahy dopytu nad ponukou. Je merateľná a je považovaná za únosnejšiu ako je skrytá či potlačená inflácia.
- b) **skrytá inflácia:** Pri tejto inflácii sa rast cien z rozličných dôvodov neprejavuje. Bola typická pre centrálnu riadenú ekonomiku. Navonok sa prejavuje nedostatkom tovaru, rozvojom čierneho trhu, vynúteným rastom úspor a pod.
- c) **potlačená inflácia:** Táto inflácia nie je patrná. Trh je deficitný, existuje nerovnováha medzi ponukou a dopytom, nie je k dispozícii potrebný sortiment a preto dochádza často i ku skupovaniu nedostatkového tovaru a pod.

4.1 Nákladová inflácia

Je to inflácia tlačaná nákladmi. Podľa teórie nákladovej inflácie hlavný zdroj inflácie spočíva na strane ponuky. Do pozornosti sa tak dostáva skúmanie vplyvu výrobných nákladov na rast cien. K inflácii dochádza v dôsledku rastu cien vstupov surovín, materiálov, energie, miezd. Objavuje sa v 30-tych rokoch 20.stor. a po 2. svetovej vojne, kedy sa nákladová inflácia spájala s rastom nominálnych miezd (mzdy rástli rýchlejšie ako produktivita práce). Vhodným prostredím pre jej vznik je oligopolná štruktúra trhu vo vyspelých trhových ekonomikách, to znamená, že firmy v monopolnom alebo oligopolnom postavení majú vplyv na trhové ceny. Ak niektorá firma zvýši ceny výrobkov, ktoré sú medziproduktami iných firiem, vyvolá to rast výrobných nákladov ostatných výrobcov a to môže viesť k nákladovej inflácii. Jej pôvodcom sú aj odbory, ktoré tlačia na rast nominálnych miezd. Ak nominálne mzdy rastú rýchlejšie ako produktivita práce vyvoláva to tento typ inflácie. Rast nákladov môže spôsobiť aj politická udalosť, alebo prechod na menej kvalitné zdroje surovín, energie.

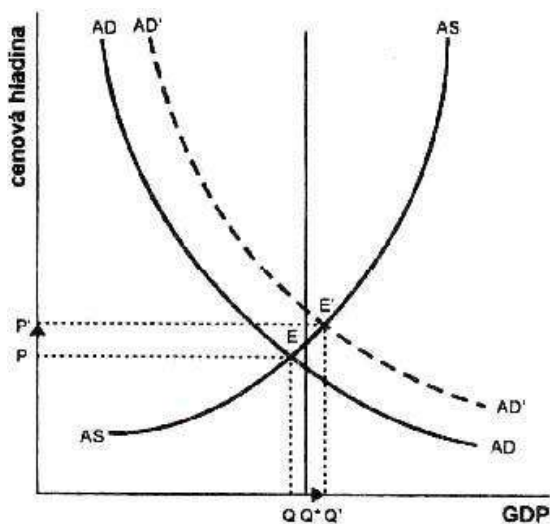


Graf č.1: inflácia tlačaná nákladmi

Na grafe môžeme vidieť zníženie agregatívnej ponuky (posun z AS do AS1), čo vytvára podmienky pre zvýšenie miery inflácie. Pokles agregatívnej ponuky je vyvolaný zvýšením mzdových sadzieb alebo cien energie, surovín a materiálov. V dôsledku tohto posunu sa posunie bod makroekonomickej rovnováhy z bodu E0 do bodu E1. Zníži sa reálny (skutočný) produkt z Y_0 do Y_1 a cenová hladina sa zvýšila z P_0 na P_1 . Ak sa krivka AS posúva vľavo a súčasne dochádza k poklesu skutočného produktu pri rastúcej cenovej hladine, v takom prípade hovoríme o **stagflácii**.

4.2 Dopytová inflácia

Podľa tejto teórie príčinou inflačného rastu cien je existencia prebytočného kúpyschopného dopytu pri danej cenovej hladine, z dôvodu, že v podmienkach plnej zamestnanosti a pri plnom využití výrobných kapacít celková ponuka nereaguje dostatočne rýchlo na zmeny v kúpyschopnom dopyte.



Graf č.2: inflácia tlačaná dopytom

Dopytová inflácia vzniká vtedy, keď sa skutočný reálny produkt svojou veľkosťou približuje k potenciálnemu produktu. Ak agregatívny dopyt (AD) prekročí úroveň potenciálneho produktu (Q^+), narazí na ohraničenú agregatívnu ponuku (AS) a "ťahá" ceny smerom hore.

Medzi ponukovou a dopytovou infláciou existuje úzka spojitosť. Za určitých podmienok dochádza k ich prepojeniu, resp. jeden typ prechádza do druhého. Príkladom je **cenovo – mzdová špirála**.

4.3 Účinky a dôsledky inflácie

Dôsledky inflácie ovplyvňujú všetky sféry ekonomického života a vyvolávajú sociálne napätie. Inflačný rast cien stále prerozdeľuje dôchodky medzi jednotlivé skupinky obyvateľstva, čo má vplyv predovšetkým na sociálne slabšie vrstvy obyvateľstva. Sú ovplyvňované nielen fixné dôchodky, ale aj mzdy a platy, lebo cenová hladina tovarov a služieb rastie rýchlejšie ako nominálne mzdy. (cválajúca inflácia a hyperinflácia)

Úzka je **spojitosť medzi infláciou, výrobou a ekonomickým rastom**. Rýchle tempo inflácie brzdí ekonomický rast a vedie k stagnácii výroby. Rast cien znižuje kúpyschopnosť spotrebiteľov, rast cien základných životných potrieb znižuje zdroje dôchodkov použiteľných na ostatné tovary a mení štruktúru spotreby.

Inflácia má podstatný vplyv na zahraničnú ekonomickú rovnováhu. Rýchlejší rast cien v jednej krajine v porovnaní so zahraničím posilňuje tendencie k pasívnej platobnej bilancii, lebo vývoj sa stáva nevýhodný a klesá, zatiaľ čo dovoz narastá.

Rôzna miera inflácie v jednotlivých krajinách je hlavnou príčinou toho, že absolútny pokles kúpnej sily jednotlivých mien nastavujú výkyvy menových kurzov. Menové kurzy s nižšou mierou inflácie rastú a naopak.

Inflačné jav môžu mať aj **stimulačné účinky**, ale len pri miernej a očakávanej inflácií, ktorá pôsobí na rovnováhu a ekonomický rast pozitívne. Ak sa prekročí určitá hranica, narušuje sa celý mechanizmus fungovania ekonomiky a jej rast. Preto sa udržuje v prijateľných hraniciach.

Inflácia má **pre rozdeľovací efekt**, to znamená že jej dôsledok je dvojaký:

- a) postihovaní sú majitelia peňazí a veritelia
- b) zvýhodnení sú majitelia tovaru a dlžníci

Dôsledky **otvorenej inflácie** sú :

- a) znehodnotenie informácie skrytej v cenách
- b) znehodnotenie finančných aktív
- c) zásah do rozdeľovacích procesov

Dôsledky **skrytej inflácie** sú rovnaké ako pri otvorenej inflácií, hlavným dôsledkom je však obrovská strata efektívnosti ekonomiky. Pôsobí jednak naňho priamo a to tak že znižuje jeho reálny príjem a nepriamo tým že zvyšuje dôchodky výrobcov a umožňuje im nehospodárnosť prenášať na spotrebiteľa.

Pri **potlačenej inflácií** vo vzťahu k spotrebiteľovi jediným efektom je zníženie blahobytu, nákup iného dostatkového tovaru a pod. Vo vzťahu k výrobcovi ide o zložitejší problém.

Inflácia je negatívnym javom, bez ohľadu na jej náklady. Ekonomiky zvyčajne nie sú ochotné dlhodobo tolerovať vysokú mieru inflácie a využívajú nástroje protiinflačnej politiky na zníženie miery inflácie. Z jednotlivých druhov inflácie je najnebezpečnejšia **hyperinflácia**. Ide zvyčajne o nákladnú infláciu, vyvolanú nadmernou emisiou peňazí a vysokými deficitmi štátnych rozpočtov.

Existuje viacero opatrení, ktoré by **hyperinfláciu** mali odstrániť :

- zníženie fiškálneho deficitu, a to prostredníctvom predaja stratových štátnych podnikov, zníženie verejných výdavkov, zníženie daňových a colných únikov
- zavedenie prísnej úverovej reštrikcie, keď centrálna banka môže predpisovať úverové limity obchodným bankám
- zmrazenie miezd a cien – je to často odporúčaný nástroj

2. ROČNÍK

5. Národné hospodárstvo

Ekonomika Slovenska sa začala budovať na úrovni národného hospodárstva až od roku 1993, po vzniku SR. Dovtedy bola súčasťou iných ekonomických celkov.

Domáce hospodárstvo – zabezpečovalo vykonávanie všetkých prác, výrobca = spotrebiteľ

Mestské hospodárstvo – výrobca potrebuje výrobky od iných výrobcov na realizáciu svojho výrobku a tak vznikla výmena tovarov a miestny trh

Trhové hospodárstvo – nové technológie prehlbovali deľbu práce a miestne trhy sa spojili do celonárodného trhu.

Národné hospodárstvo (NH) tvoria všetky subjekty na území štátu, ktoré vykonávajú ekonomické činnosti. Patria tu **firmy** (výrobné a spotrebné podniky, družstvá,..), **domácnosti** a **štát** (vládne inštitúcie). Tieto subjekty sú v rámci deľby práce od seba závislé a úzko spojené.

Úroveň národného hospodárstva ovplyvňuje:

- prírodné bohatstvo:
 - nerastné suroviny,
 - pôda,
 - voda,
 - lesy, ...,
- národné bohatstvo:
 - štruktúra odvetví,
 - budovy,
 - stroje,
 - zariadenia,
 - zásoby – všetko čo vytvorili minulé generácie,
- Obyvateľstvo:
 - veková a vzdelanostná štruktúra,
 - skúsenosti,
 - kultúra.

Hlavnou funkciou NH je uspokojovať rastúce potreby obyvateľov statkami a službami, starať sa o životné prostredie, zabezpečovať technický, kultúrny a spoločenský pokrok krajiny. Národné hospodárstva celého sveta sú súčasťou svetového trhu a tvoria svetové hospodárstvo. Každé NH uspokojuje potreby svojich obyvateľov na určitej úrovni a preto životná úroveň je v každej krajine iná.

5.1 Štruktúra národného hospodárstva

Národné hospodárstvo (NH) každej krajiny má svoju štruktúru, v rámci ktorej sa sledujú ekonomické ukazovatele jednotlivých častí, pomocou ktorých sa sleduje vplyv častí na vývoj celého NH.

Členenie NH:

- 1) **z územného hľadiska** sa NH člení podľa územnosprávneho členenia krajiny. V SR je to podľa vyšších územných celkov a okresov. (v USA je to podľa štátov). Toto členenie umožňuje, aby sa každý región mohol v rámci vlastnej hospodárskej politiky rozvíjať, efektívne využívať zdroje, tradície, podporovať perspektívne odvetvia, riešiť otázky nezamestnanosti, vzdelávania a to všetko musí byť v súlade s celonárodnými záujmami.
- 2) **členenie NH podľa odvetví** je rovnako dôležité, lebo umožňuje optimálne využiť ekonomické možnosti krajiny.

Odvetvie je časť NH, pre ktorú sú typické určité vstupy alebo výstupy, technológie a profesie. Do odvetvia patria všetky podniky podobného zamerania. Tradičnými odvetviami Slovenska sú napríklad sklársky a odevný priemysel, strojárstvo a stavebníctvo. Každá krajina sa rozvojom výrobných odvetví usiluje o čo najlepšie využitie svojich ekonomických možností. Pre rozvoj NH má veľký význam i neustály rozvoj nevýrobných odvetví. Úroveň služieb odráža životnú úroveň, vzdelanostná úroveň, sociálne zloženie a dobrý zdravotný stav obyvateľov výrazne ovplyvňujú plynulý chod a rozvoj hospodárstva.

ODVETVOVÁ ŠTRUKTÚRA			
Výrobné odvetvia		Nevýrobné odvetvia:	
PRIEMYSEL	- palív - energetiky - strojársky - textilný - hutnícky a pod	ŠKOLSTVO	- vysoké - stredné - základné
STAVEBNÍCTVO	- vodohospodárske - dopravné - pozemné	VEDA A VÝSKUM, KULTÚRA	- hudobný priemysel - filmová tvorba - divadlá
POĽNOHOSPODÁRSTVO	- rastlinná výroba - živočíšna výroba	ZDRAVOTNÍCTVO	- kúpele - lekárne - nemocnice
DOPRAVA	- osobná - nákladná - potrubná	OBCHOD, SLUŽBY	- poisťovne - banky - poradenstvo a pod.
SLUŽBY	- výsada parkov - fotoslužba - výroba na objednávku a pod		

3) z hľadiska charakteru činnosti a vplyvu vedecko-technického pokroku na produktivitu práce sa NH rozdeľuje na 4 sektory:

- a) **PRIMÁRNÝ SEKTOR** – tvorí základ NH (materiálnu a surovinovú základňu). Predstavuje prvovýrobu, ťažbu a prvotné spracovanie surovín (ťažba ropy, uhlia, poľnohospodárstvo, lesné a vodné hospodárstvo a pod.) Sektor sa vyznačuje strednou úrovňou využitia techniky, minimálnou automatizáciou, nízkym tempom vedecko-technického pokroku a pomalým rastom produktivity práce. Vo veľkej miere závisí od trvalých a momentálnych prírodných podmienok.
- b) **SEKUNDÁRNÝ SEKTOR** – nadväzuje na primárny sektor, vytvára nové hodnoty, vyrába výrobky. Patria sem podniky, ktoré spracúvajú suroviny na medziprodukt alebo vyrábajú finálne výrobky. Vyznačuje sa širokým využitím moderných technológií, úzkou špecializáciou a vysokou produktivitou práce. Je investične náročný.
- c) **TERCIÁLNY SEKTOR** – zahŕňa služby pre obyvateľstvo, ale aj niektoré výrobné činnosti (spoločné stravovanie, cestovný ruch, doprava a spoje, obchod, financie,...). Vďaka rýchlemu tempu rozvoja zamestnáva stále väčší počet pracovníkov. Je investične menej náročný. Využívaním niektorých moderných technológií rastie produktivita práce aj v tomto menej produktívnom sektore. Významne sa podieľa na raste životnej úrovne obyvateľstva.
- d) **KVARCIÁRNÝ SEKTOR** – tvorí ho osobitná skupina činností, ako sú veda a výskum, školstvo, zdravotníctvo, kultúra, šport, a pod. Sú to oblasti činností, ktoré podliehajú neustálemu vývoju a majú významný vplyv na kvalitu života spoločnosti. Tieto oblasti sa čiastočne alebo prevažne financujú zo štátneho rozpočtu, pretože sú pre národné hospodárstvo potrebné, ale pre podnikateľov často neefektívne, a preto menej zaujímavé.

4) z hľadiska produkcie Európsky štandard pre členské krajiny EÚ člení NH takto:

- priemysel
- obchod
- ostatné obchodné služby
- verejná správa
- zdravotníctvo
- súkromné domácnosti
- ostatné verejné služby
- školstvo
- hotelové a reštauračné služby
- peňažníctvo a poisťovníctvo
- poľnohospodárstvo
- stavebníctvo
- doprava a spoje

Najvýraznejší podiel na hrubej produkcii národného hospodárstva Slovenska majú priemysel, obchod, poľnohospodárstvo, stavebníctvo, doprava.

6. ZÁKLADNÉ MAKROEKONOMICKÉ UKAZOVATELE

Každá národná ekonomika má určitý výkon. Na porovnanie výkonu v rôznom období a s inými ekonomikami treba využiť na meranie určité ukazovatele. Pre medzinárodné porovnanie sa využívajú makroekonomické ukazovatele **hrubý domáci produkt (HDP)** a **hrubý národný produkt (HNP)**. Pre objektívnejšie zhodnotenie výsledkov sa využíva i upravený makroekonomický ukazovateľ **čisté bohatstvo** alebo **index rozvoja človeka** a niektoré iné ukazovatele.

HDP – súhrn finálnych tovarov a služieb, vyprodukovaných výrobnými faktormi na území určitej krajiny za obdobie jedného roka, pričom sa neberie do úvahy, kto je vlastníkom výrobných faktorov. Vyjadruje sa v národnej mene. Na porovnanie sa vyjadruje v amerických dolároch v priemere na jedného obyvateľa. Aby bolo HDP vyjadrené čo najpresnejšie tak sa vyčísluje niekoľkými spôsobmi:

- Nominálny HDP je vyjadrený v trhových cenách príslušného roku (odráža rast produkcie i cien)
- Reálny HDP sa vyjadruje v stálych cenách – cenách určitého roku (odráža rast produkcie)

Na výpočet HDP možno použiť tieto metódy:

- výdavková (spotrebná) metóda,
- dôchodková (príjmová) metóda,
- produkčná (výrobná, tovarová) metóda.

VÝDAVKOVÁ (SPOTREBNÁ) METÓDA:

- vyjadruje výdavky subjektov trhu za nákup finálnych statkov a služieb. Vypočíta sa:

$HDP = \text{výdavky na spotrebu domácností} + \text{hrubé domáce investície} + \text{výdavky vlády} + \text{export čistý (export – import)}$

Odvođeným ukazovateľom je čistý domáci produkt (čisté investície). Je presnejším ukazovateľom. V praxi je však zložité presne vyčíslit' úroveň amortizácie.

$\check{C}DP = HDP - \text{amortizácia}$

Keďže mnohé tovary podliehajú amortizácii v pomerne krátkom čase (počítače, optické zariadenia, automobily, elektronika, cesty, budovy) a potrebujú úplnú alebo čiastočnú obnovu, je ČDP presnejším ukazovateľom skutočného stavu ekonomiky.

DÔCHODKOVÁ (PRÍJMOVÁ) METÓDA:

- vyjadruje príjmy subjektov za predaj statkov a služieb.

HDP = hrubá mzda a ostatné zamestnanecké príjmy + amortizácia vyjadrujúca opotrebovanie majetku + zisky firiem pred zdanením + rozdiel prijatých a vyplatených úrokov + renta (dôchodky vlastníkov pôdy) + nepriame dane (spotrebná daň, DPH)

Odvodeným ukazovateľom od HDP vyčísleného dôchodkovou metódou je národný dôchodok (ND). Vyjadruje príjmy subjektov trhu, vznikajúce z vlastníctva výrobných faktorov, bez ohľadu na to, či ide o disponibilné (použiteľné) príjmy, alebo nie. Amortizácia je určená na obnovu statkov a dane plynú do štátneho rozpočtu.

$$ND = HDP - \text{amortizácia} - \text{nepriame dane}$$

VÝROBNÁ (PRODUKČNÁ, TOVAROVÁ) METÓDA:

- vyjadruje pridané hodnoty tovarov a nepriame dane

$$HNP = \text{pridaná hodnota} + \text{nepriame dane}$$

Hrubý národný produkt (HNP) predstavuje hodnotu finálnych statkov a služieb, vyprodukovaných za jeden rok národnými výrobnými faktormi, bez ohľadu na to, na ktorom území sa faktory nachádzajú. V medzinárodnom porovnaní sa využíva prevažne HDP.

$$HNP = HDP + \text{čistý dôchodok v zahraničí}$$

Čistý dôchodok v zahraničí predstavuje produkciu domácich vlastníkov výrobných faktorov v zahraničí mínus produkciu zahraničných faktorov na domácom území.

ČISTÉ EKONOMICKÉ BOHATSTVO (ČISTÝ BLAHOBYT)

- vyjadruje presnejšie výsledky hospodárstva, pretože okrem HDP odráža:

Voľný čas

- produkty svojpomocnej nepeňažnej produkcie (zelenina zo záhrad, domáca hydina, vajíčka, jablká, nezberané huby, chytené ryby,...)
- vlastnú v domácnosti vykonanú prácu (šitie, opravy, varenie, zaváranie, domáce majstrovanie)
- hodnotu voľného času (vzdelávanie, oddych, starostlivosť o deti).

Tieňová ekonomika

- ilegálne príjmy (čierny trh, pašovaný tovar)
- legálne príjmy (fušky, predaj domácich produktov)
- nepriznané povinnosti (daňové úniky, neplatenie sociálnych dávok).

Škody na životnom prostredí

- vplyvy na zdravie človeka – choroby z povolania (náklady na prevenciu, liečenie)
- negatívne vplyvy na znečistenie ovzdušia (náklady na ochranu životného prostredia)

Uvedené položky nemožno presne vyčísliť. Pri ich vyjadrení sa využívajú štatistické zistenia a odvodené metódy. Odhaduje sa, že tieňová ekonomika predstavuje minimálne 15% HDP.

Index rozvoja človeka sa v súčasnosti považuje za najobjektívnejší ukazovateľ ekonomickej úrovne celého sveta. Skladá sa z troch ukazovateľov:

HDP na 1 obyvateľa + % gramotnosti dospelaj populácie + priemerná dĺžka života

7. MEDZINÁRODNÁ EKONOMICKÁ INTEGRÁCIA

Medzinárodná deľba práce

Deľbu práce sme si charakterizovali ako rozdeľovanie pracovných činností medzi jednotlivcov či skupiny ľudí. Prejavom deľby práce je špecializácia – rôzne podniky sa zaoberajú rôznou ekonomickou činnosťou. Jeden sa zaoberá výrobou potravinárskych výrobkov, iný vyrába počítače, ďalší zabezpečuje predaj alebo prepravu vytvorenej produkcie. To vedie k ich vzájomnej závislosti, ktorá sa realizuje prostredníctvom výmenných obchodných vzťahov. Pri národnej deľbe práce sa výmena tovaru realizuje v rámci jednej krajiny.

Pri medzinárodnej špecializácii sa výrobcovia špecializujú na výrobu toho, čo dokážu vyrobiť lacnejšie v porovnaní so zahraničím. Pri predaji na svetových trhoch za svetovú cenu tak môžu výrobcovia dosahovať zisk ako rozdiel medzi národnými výrobnými nákladmi a svetovými výrobnými nákladmi. Súčasne získavajú lepšie postavenie voči konkurencii vďaka nižším predajným cenám. Na druhej strane však krajiny nakupujú tovary, na výrobu ktorých nemajú výhodné podmienky, od iných krajín. Tak vzniká medzinárodná deľba práce.

Pri medzinárodnej deľbe práce sa výmena tovaru realizuje medzi jednotlivými krajinami. Medzinárodná deľba práce je základom medzinárodného obchodu. V súčasnosti sú všetky krajiny viac-menej zapojené do medzinárodnej deľby práce, a tým aj do medzinárodného obchodu.

Mieru zapojenia národnej ekonomiky meriame dvoma ukazovateľmi:

- a) podielom vývozu a dovozu na vytvorenom hrubom domácom produkte,
- b) podielom zahraničných investícií na domácich investíciách.

Čiže Medzinárodná deľba práce je špecificky rozvinutá forma spoločenskej deľby práce, pri ktorej sa vytvárajú kooperačné a výmenné vzťahy medzi krajinami. Jej prejavom je medzinárodná špecializácia výrobcov na určité výrobné činnosti, ktoré sú determinované vybavenosťou každej krajiny výrobnými faktormi.

Zmysel medzinárodnej deľby práce je zabezpečiť úspory národnej práce, ktoré sa dosahujú v dôsledku využívania priaznivejšieho vybavenia určitými výrobnými faktormi.

7.1 Zahraničný obchod

Zahraničný obchod predstavuje tú časť obehu tovaru určitej krajiny, ktorá prekračuje hranice štátu a spája národné hospodárstvo so svetovým hospodárstvom. Zahraničný obchod predstavuje obeh tovaru formou vývozu a dovozu predstavuje zapojenie národného hospodárstva do medzinárodnej deľby práce.

Medzinárodná deľba práce je pokračovaním spoločnej deľby práce, ktorá sa rozvíja vo svetovom meradle, t. j., že každá krajina vyrába také tovary a služby, pre ktoré má na základe prírodných, ekonomických technických podmienok najlepšie predpoklady. Medzinárodná deľba práce je spojená s medzinárodným obchodom a svetovým obchodom

Medzinárodný obchod je súhrn zahraničných obchodov všetkých krajín.

Svetový obchod je vyššia forma spoločensko-výrobných vzťahov v medzinárodnom rozsahu.

Na zahraničný obchod majú vplyv rôzne podmienky:

1. **vnútorné podmienky** – surovinové bohatstvo, pôdne bohatstvo, klimatické podmienky, priemyselný potenciál, veľkosť vnútorného trhu.
2. **vonkajšie podmienky** – geografická poloha, vyspelosť ekonomík susedov, vzájomné vzťahy medzi susedmi, dobré kontakty a spolupráca.

Význam zahraničného obchodu spočíva v 3 oblastiach:

- 1) Zahraničný obchod zabezpečuje dovoz takých tovarov, ktoré daná krajina nevyrába
- 2) krajina sa môže zapojiť do medzinárodnej deľby práce a národná ekonomika sa môže špecializovať na výrobu takej produkcie, na ktorú má najvýhodnejšie podmienky.
- 3) zo zahraničného obchodu krajina získava poznatky o úrovni tovarov a služieb výrobcov v zahraničí a môže ich porovnať s vlastnou produkciou.

Formy zahraničného obchodu

Podľa smeru pohybu tovaru rozlišujeme tieto základné formy zahraničného obchodu

- 1) **export** – vývozný obchod
- 2) **import** – dovozný obchod
- 3) **tranzit** – tovar cez krajinu iba prechádza

Podľa rozsahu činnosti a organizovanosti predaja rozlišujeme

- a) **priamy zahraničný obchod** – predávajúci priamo predáva tovar zahraničnému partnerovi
- b) **nepriamy zahraničný obchod** – keď sa export alebo import uskutočňuje cez sprostredkovateľa

Subjekty zahraničného obchodu

Na zahraničnom obchode sa môžu zúčastňovať nasledovné subjekty. Je to:

- 1) **obchodný zástupca** – je to samostatný obchodník, ktorý sprostredkúva zahranično-obchodnú činnosť na základe zmluvy o obchodnom zastúpení. Nie je zamestnancom firmy, ktorú zastupuje a za svoju činnosť dostáva províziu. Podľa plnej moci, ktorú má môže vystupovať:
 - a. sprostredkovateľ – t. j., že nemôže podpisovať zmluvy, jeho úlohou je len sprostredkovať nákup a predaj.
 - b. obchodný zástupca s podpisovými právom – je splnomocnený aj na podpis zmlúv

Podľa územného rozsahu:

- generálny o. z. – pre celú krajinu
 - oblastný o. z. – zastúpenie len pre určitú oblasť napr. stredné Slovensko
 - podriadený o. z. – svoju činnosť uskutočňuje len v určitom regióne (malom okrese)
- 2) **komisionár** – je tiež samostatný obchodník, ktorý uskutočňuje nákup a predaj tovarov poverený od komitenta. Komisionár musí mať k dispozícii sklad, v ktorom bude tovar predávať. Komitentovi zaplatí až keď tovar predá, od ceny si odpočíta províziu. V prípade, že tovar nepredá, tak ho vráti komitentovi. Komisionár nenesie žiadne riziko spojené s predajom.
- 3) **obchodný cestujúci** – je zamestnanec firmy, ktorá tovar predáva a za svoju činnosť dostáva plat.
- 4) **maklér** – tiež samostatný obchodník, ktorý sprostredkúva obchody za tzv. dohodné. Dohodné môže dostať aj od predávajúceho aj kupujúceho. Rozlišujeme tieto druhy maklérov:
- tovaroví makléri – zvyčajne sa špecializujú na predaj určitého druhu tovaru napr. káva, ovocie...
 - burzoví makléri – kupujú a predávajú CP – akcie
 - prepravní makléri (špeditéri) – sprostredkujú zmluvy medzi zasielateľom a prepravcom
 - lodní makléri – sprostredkujú prenajatie lodného priestoru (príp. celej lode)
 - poisťovací makléri – uzatvárajú poisťné zmluvy

7.1.1 Obchodná politika v SR

Je to súhrn zásad a prostriedkov, na základe ktorých si krajina vytvára hospodárske vzťahy s inými krajinami. V rámci obchodnej politiky SR sa uplatňujú nasledovné nástroje:

- 1) **vývozné a dovozné licencie** – je to povolenie štátu na vývoz alebo dovoz určitých tovarov, vydávajú sa predovšetkým domácim subjektom, ktorí obchodujú sa zahraničím a pomocou týchto licencií sa určujú kontingenty na dovoz alebo vývoz tovaru. **Kontingent** určuje aké množstvo tovarov sa môže dovieť alebo odviesť. Kontingentmi sa zabraňuje nadmernému dovozu alebo vývozu. Licencie na dovoz alebo vývoz udeľuje ministerstvo hospodárstva.
- 2) **clá** – sú poplatky, ktoré vyberá štát pri dovoze tovarov. Pri vývoze tovarov SR clá neuplatňuje. V rámci dohody GATT, ktorú podpísala aj SR sa colné zaťaženie bude postupne znižovať, predovšetkým pri poľnohospodárskej a priemyselnej výrobe.
- 3) **dane** – DPH a spotrebné dane.
- 4) **dovozná prirážka** – mimoriadne opatrenie – krátkodobo alebo dočasne – uplatňuje sa rovnako pri dovoze všetkých krajín. Krajným opatrením, ktoré sa uplatňuje v obchodnej politike je **embargo** – zákaz dovozu alebo vývozu.

Obchodná bilancia

- vyjadruje vzťah medzi celkovou hodnotou vývozu a dovozu za určité obdobie(1r.),
- rozdiel medzi hodnotou vývozu a dovozu sa nazýva saldo obchodnej bilancie
- podľa vzájomného vzťahu dováž. a vyváž. tovaru rozoznávame:

- aktívnu bilanciu- hodnota vývozu je vyššia ako dovozu, rozdiel je aktívne saldo
- pasívnu bilanciu- hodnota vývozu je nižšia ako dovozu
- vyrovnaná bilancia - dovoz sa rovná vývozu, saldo sa rovná nule

Platobná bilancia

- štatistika všetkých platieb, kt. prechádzajú cez hranice štátu
- vyjadruje rozdiel medzi peň. príjmami a peň. výdavkami a stav účtu vzhľadom na ostatné krajiny
- podľa vzájomného vzťahu príjmov a výdavkov rozoznávame:
 - aktívna bil.- príjmy sú vyššie ako výdavky, ide o prebytok platobnej bilancii
 - pasívna bil.- príjmy sú nižšie ako výdavky, hovoríme o deficite platobnej bilancie
 - vyrovnaná bil.- príjmy sa rovnajú výdavkom

- účet platobnej bilancie má 2 časti:

- účet bežných platieb - zahŕňa hmotný obchod (dovoz, vývoz), nehmotný obchod (služby), prevod platieb
- účet kapitálových platieb - premietajú sa sem dlhodobé investície

Menový kurz má tiež veľký význam pre zahranično-obchodné vzťahy. Vyjadruje cenu domácej meny voči zahraničným menám. Určuje sa denne. Určuje ho NBS. Používa sa tzv. **priamy kurzový záznam**, ktorý určuje koľko jednotiek domácej meny musíme vynaložiť za jednotku zahraničnej meny. Ak kurz určitej meny stúpa, je to výhodnejšie pre vývoz a nevýhodné pre dovoz. Keď kurz klesne, je to naopak – vývoz je znevýhodnený.

7.2 Medzinárodné ekonomické organizácie

Medzinárodné integrácie

Pojem **integrácia** – používa sa hlavne pre formy a procesy spájania, zlučovania, prípadne zrastania pôvodne izolovaných alebo samostatných jednotiek do jediného a vnútorne jednotného systému, čím sa vytvára nový celok.

Pod **medzinárodnou integráciou** chápeme v súčasnosti proces spájania sa štátov do väčších organizovaných zoskupení. Medzinárodné organizácie môžeme pokladať za formu mnohostrannej medzinárodnej spolupráce, určenú na základe dohody, zahrňujúcej relatívne stály rozsah členstva, existenciu stálych orgánov s definovanými kompetenciami obsiahnutých v štatúte organizácie.

Hospodárske integrácie sú moderným javom súčasného sveta. Pomáhajú prekonávať úzke národné a štátne hľadiská a vytvárajú podmienky pre pozitívny ekonomický i sociálny vývoj krajín. Integrovaný celok má vďaka rozsiahlejšiemu trhu väčšie možnosti celkového

rozvoja, lepšie predpoklady pre vyrovnávanie rozdielov v úrovni jednotlivých častí a ľahšie reaguje na prípadné nepriaznivé vonkajšie ekonomické vplyvy – surovinové a odbytové krízy, vojnové konflikty a pod... Nevýhodou je zvýšenie konkurencie pre niektoré miestne výrobky a hlavne požiadavka vzdať sa časti štátnej suverenity v prospech celku. Táto politická nevýhoda sa však vyrovnáva výhodami ekonomickými.

Medzi medzinárodnými organizáciami môžeme ako zvláštnu skupinu vyčleniť **nadnárodné (nadštátne) organizácie**. Nadnárodné organizácie majú vytvorený odlišný systém presadzovania záujmov zoskupenia ako celku:

- členské štáty na ne trvalo a bezvýhradne prenášajú niektoré svoje suverénne práva
- ich pravidlá pripúšťajú väčšinové hlasovanie, kt. je záväzná aj pre členské štáty, kt. s uznesením nesúhlasia
- predpisy vydané organizáciou platia na území členských štátov priamo a majú prednosť pred predpismi vnútroštátnymi.

V súčasnosti je typickým predstaviteľom nadnárodnej organizácie Európska únia

Organizácia spojených národov

OSN je v súčasnosti jedinou medzinárodnou organizáciou so skutočne univerzálnym a zároveň globálnym charakterom. Plní mnohé funkcie, pričom hlavnú úlohu medzi nimi zaujímajú udržanie svetového mieru a bezpečnosti a tiež rozvoj priateľských vzťahov medzi všetkými členskými krajinami, ďalej výmeny skúseností, iniciovanie rozvojových programov, ako aj predchádzania sporom a konfliktom, podporovať a posilňovať úctu k ľudským právam a základným slobodám bez ohľadu na rozdiely v rase, pohlaví, jazyku a vierovyznaní, ...

OSN vznikla na základe presvedčenia, že mier a bezpečnosť po 2.sv. vojne je možné udržať prostredníctvom vytvorenia globálnej a univerzálnej svetovej organizácie.

Zakladajúca zmluva – Charta OSN bola podpísaná 26.6.1945 predstaviteľmi 50 zakladajúcich štátov. Dôležitými zásadami správania sa členských štátov sú : suverénna rovnosť, nezasahovanie do vnútorných záležitostí, mierové riešenie vzájomných sporov, vylúčenie sily z medzinárodných vzťahov, kolektívna bezpečnosť, ...

Medzi hlavné orgány patria : Valné zhromaždenie, Bezpečnostná rada, Hospodárska a sociálna rada, Poručenská rada, Medzinárodný súdny dvor a Sekretariát.

Členstvo : všetky nezávislé štáty s výnimkou Vatikánu, kt. má štatút stáleho pozorovateľa pri OSN

Hlavné sídlo : New York, ďalšie úrady sú v Ženeve, Viedni a tiež na všetkých kontinentoch

OSN zamestnáva asi 27 000 stálych pracovníkov. Jednotlivé štáty prispievajú na činnosť OSN rôznou výškou príspevkov, odvodených od veľkosti hrubého domáceho produktu. Dôležitú úlohu v činnosti OSN hrajú jej špecializované organizácie. Patrí k nim napr. Medzinárodná organizácia práce – ILO, Organizácia OSN pre výživu

a poľnohospodárstvo – FAO, Organizácia OSN pre výchovu, vedu a kultúru – UNESCO, Svetová poštová únia – UPU, ...

Popri špecializovaných organizáciách existujú v rámci systému OSN dve dôležité organizácie s autonómnym statusom – Medzinárodná agentúra atómovej energie – **IAEA**, a Svetová obchodná organizácia – **WTO**: Svetová obchodná organizácia (z anglického World Trade Organization) stanovuje pravidlá obchodovania medzi štátmi na globálnej resp. takmer globálnej úrovni. Vznikla v roku 1995 a sídli v Ženeve. V súčasnosti má 151 členov, ktorých podiel na svetovom obchode predstavuje 97%. Hlavným cieľom WTO je liberalizácia svetového obchodu - odstraňovanie prekážok a zabezpečenie hladkého, voľného a predvídateľného prúdu obchodovania. Organizácia slúži ako fórum pre vlády členských štátov pre uzatváranie obchodných dohôd a riešenie obchodných sporov. Zároveň stanovuje medzinárodné obchodné pravidlá, ktoré sú členské štáty povinné dodržiavať.

OPEC

Organizácia krajín vyvážajúcich ropu (z anglického Organization of Petroleum Exporting Countries, OPEC) je permanentnou, medzivládnu organizáciou, ktorá vznikla v roku 1960 v Bagdade a sídli vo Viedni.

Ciele: Koordinovať a zjednocovať ropné politiky členských krajín a zaistiť stabilitu ropných trhov tak, aby bolo možné zabezpečiť efektívny, hospodársky výhodný a pravidelný prívod ropy spotrebiteľom, stály príjem pre producentov a kapitálovú návratnosť pre investorov. Členské štáty: Irán, Irak, Kuvajt, Saudská Arábia, Venezuela, Katar, Indonézia, Líbya. Spojené arabské emiráty, Alžírsko, Nigéria, Ekvádor, Gabon a Angola.

APEC

Integrácia v rámci Ázijsko-pacifickej hospodárskej spolupráce.

Hlavné ciele: vybudovať systém založený na voľnom obchode a investovaní v ázijsko - pacifickom regióne do roku 2010 pre rozvinuté ekonomiky a do roku 2020 pre rozvojové štáty. Má 21 členov. Spolupráca medzi krajinami sa sústreďuje na obchodovanie a hospodárske otázky. Skupinu členských ekonomík tvoria: Austrália, Brunej, Kanada, Čile, Čínska ľudová republika, Hong Kong, Indonézia, Japonsko, Kórejská republika, Malajzia, Mexiko, Nový Zéland, Papua-Nová Guinea, Peru, Filipínska republika, Ruská federácia, Singapur, Taiwan, Thajsko, Spojené štáty americké a Vietnam .

NAFTA

Z anglického **North American Free Trade Agreement** je skratka pre Severoamerickú dohodu o voľnom obchode, čo je obchodná dohoda o zóne voľného obchodu medzi Spojenými štátmi, Kanadou a Mexikom. Základným cieľom NAFTA je vytvoriť zónu voľného obchodu, a tým zjednodušiť priebeh medzinárodného obchodu medzi spomenutými štátmi.

AÚ - Africká únia

Africká únia vznikla v roku 2002 ako nástupníčka organizácia zoskupenia Organizácie africkej jednoty (OAJ). Africká únia bola vytvorená podľa vzoru EÚ. Ciele: zbaviť kontinent pozostatkov kolonizácie a segregácie, posilniť jednotu a solidaritu v Afrike, koordinovať a upevňovať rozvojovú spoluprácu, zaručiť suverenitu a teritoriálnu integritu členských štátov a propagovať medzinárodnú spoluprácu v rámci OSN. Integrácia afrických krajín pozitívne vplyva na riešenie sociálnych, hospodárskych a politických problémov ako aj na zvyšovanie podielu kontinentu vo svetovom hospodárstve. **Členské štáty:** Alžírsko, Angola, Benin, Botswana, Burkina, Burundi, Kamerun, Kapverdy, Stredoafrická republika, Čad, Komory, Konžská demokratická republika, Konžská republika, Pobrežie Slonoviny, Džibutsko, Egypt, Rovníková Guinea, Eritrea, Etiópia, Gabon, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Keňa, Lesotho, Libéria, Líbya, Madagaskar, Malawi, Mali, Mauritánia, Maurícius, Mozambik, Namíbia, Niger, Rwanda, Saharská arabská demokratická republika, Svätý Tomáš a Princov ostrov, Senegal, Seychely, Sierra Leone, Somálsko, Juhoafrická republika, Sudán, Svazijsko, Tanzánia, Togo, Tunisko, Uganda, Zambia, Zimbabwe.

OECD

Skratka pre anglické pomenovanie inštitúcie Organisation for Economic Co-operation and Development, ktorú v slovenčine poznáme pod názov Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj a zastrešuje 30 najrozvinutejších štátov so silnou ekonomikou, ktoré uznávajú hodnoty a princípy demokracie a trhovej ekonomiky. Sídli v Paríži. Úlohy a ciele: pomôcť budovať silné ekonomiky svojim členským štátom, zvýšiť ich efektivitu ako aj rozširovať liberalizáciu medzinárodného obchodu. OECD má tiež pomôcť udržiavať stabilitu a rozvíjať národné ekonomiky a prispievať k znižovaniu nezamestnanosti. Zoznam členských krajín: Belgicko, Dánsko, Francúzsko, Írsko, Island, Taliansko, Kanada, Luxembursko, Nemecko, Holandsko, Nórsko, Portugalsko, Španielsko, Rakúsko, Grécko, Švédsko, Švajčiarsko, Turecko, USA, Veľká Británia Japonsko, Austrália, Fínsko, Nový Zéland, Mexiko, Česko, Kórejská republika, Poľsko Maďarsko, Slovensko (2000).

NATO - (North Atlantic Treaty Organisation)

Je medzivládna vojensko – politická organizácia združených krajín s úlohou chrániť slobodu a bezpečnosť svojich členov politickými a vojenskými prostriedkami. Je založená na spoločných hodnotách demokracie a ľudských práv, pričom sú členské štáty rovnocenné. Jej členské krajiny si zachovávajú suverenitu a nezávislosť. NATO vytvára fórum, na ktorom sa spoločne konzultujú problémy a prijímajú rozhodnutia k politickým a vojenským otázkam týkajúcich sa ich bezpečnosti. Bezpečnosť je prijímaná komplexne ako súhrn politických, ekonomických a energetických faktorov, nie je zúžená len na vojenskú bezpečnosť. Z vojenského hľadiska je NATO jedinou organizáciou kolektívnej obrany na svete. NATO bolo napokon založené vo Washingtone 4. apríla 1949. Od apríla 2004 má NATO 26 členov: Belgicko, Dánsko, Francúzsko (vystúpilo z vojenských štruktúr od 1966 do 1993), Island, Taliansko, Kanada, Luxembursko, Holandsko, Nórsko, Portugalsko, Spojené štáty, Veľká Británia a Írsko (1949), Grécko, Turecko (1952), Nemecko (Západné Nemecko 1955, 1990

spojene s NDR ako SRN), Španielsko (1982), Česko, Maďarsko, Poľsko (1999), Slovensko, Slovinsko, Lotyšsko, Litva, Estónsko, Rumunsko, Bulharsko (2004). V súčasnom období jej strategický koncept obsahuje úlohy:

- posilnenie transatlantického spojenia
- vývoj efektívnu vojenskou schopnosťou
- podpora pre Európsku bezpečnostnú a obrannú politiku
- zamedzenie a zvládnutie konfliktov
- partnerstvo, spolupráca a dialóg,
- rozšírenie
- kontrola zbrojenia
- odzbrojenie a nešírenie jadrových zbraní

MERCOSUR

Alebo **Spoločný trh juhu** (po španielsky *Mercado Común del Sur* - spoločný trh juhu). Je regionálna obchodná dohoda (pásмо voľného obchodu) medzi juhoamerickými krajinami Argentína, Brazília, Paraguaj, Uruguaj, Venezuela. Vznikla v roku 1991. Jej účelom je podporovať slobodný obchod medzi týmito krajinami. Má slúžiť ako protiváha k združeniu podobného charakteru NAFTA. Úlohou je vyrovnat' sily v svetovej ekonomike, najmä oslabiť vplyv USA a Európskej únie. V budúcnosti chce Mercosur zjednotiť celú Južnú Ameriku.

ASEAN - Association of South-East Asian Nations

Je medzivládna organizácia politickej, hospodárskej a kultúrnej kooperácie južno ázijských krajín, bola založená 8. augusta 1967 v Bangkoku, Thajsku. Ciele: urýchliť hospodársky rast, sociálny proces a kultúrny rozvoj v duchu rovnosti a partnerstva v tomto regióne, aby sa posilnil základ pre blahobytné a mierové spoločenstvo južnovýchodných ázijských štátov, podpora regionálneho mieru a stability. Dnes obsahuje hospodárska kooperácia ASEAN obchod, investície, priemysel, služby, financie, poľnohospodárstvo, lesohospodárstvo, energiu, dopravu a komunikáciu, malé a stredné podniky a turizmus. Členské štáty: Indonézia, Malajzia, Filipíny, Singapur, Thajsko, Brunej, Vietnam, Laos, Myanmar, Kambodža.

EÚ – Európska únia

Je jedinečné medzinárodné hospodárske a politické spoločenstvo **demokratických štátov** Európy, ktoré sa dobrovoľne spojili do politického a ekonomického zoskupenia na dosiahnutie spoločných cieľov pomocou jednotnej zahraničnej a vnútornej politiky. **Európska únia** má v súčasnosti 28 členských štátov, s celkovou rozlohou 4 382 217 km² a približne 500 miliónov obyvateľov, čo je tretia najväčšia populácia na svete po Číne (1 306 mil.) a Indii (1 080 mil.).

Členské krajiny EÚ: Belgicko, Bulharsko, Cyprus, Česká republika, Dánsko, Estónsko, Fínsko, Francúzsko, Grécko, Írsko, Holandsko, Litva, Lotyšsko, Luxembursko,

Maďarsko, Malta, Nemecko, Poľsko, Portugalsko, Rakúsko, Rumunsko, Slovenská republika, Slovinsko, Španielsko, Švédsko, Taliansko, Veľká Británia a Chorvátsko.

EÚ bola vytvorená v roku 1992 na základe Maastrichtskej zmluvy, ktorá nadväzovala na predchádzajúce európske aktivity, siahajúce do 50. rokov 20. storočia. (Európske spoločenstvo uhlia a ocele, Európske spoločenstvo atómovej energie a Európske hospodárske spoločenstvo sa zlúčili - v r. 1967 vstúpila platnosť zmluva – a vytvorili Európske spoločenstvo, kt. sa od 1.11.1993 pretvorilo na EÚ).

Hlavným cieľom Európskej únie je Európa s výrazným hospodárskym rastom, konkurencieschopnou ekonomikou a zlepšujúcou sa kvalitou životného prostredia. A predovšetkým nové ciele - spoločná zahraničná a bezpečnostná politika a spolupráca v oblasti justície a vnútra. Od podpisu Maastrichtskej zmluvy sa oblasti činnosti EÚ, alebo politiky EÚ, delí do tzv. Troch pilierov. Pod prvý pilier spadajú tie politiky, ktoré majú väčšinou spojitosť s hospodárstvom členských štátov a boli realizované už pred Maastrichtom (spoločná poľnohospodárska politika, hospodárska a menová únia, spoločná obchodná politika, spoločný trh, dopravná a ekologická politika, Schengenský priestor, azylová a prísťahovalecká politika, veda, vzdelanie a kultúra,...) Európska únia o nich rozhoduje sama prostredníctvom Európskej komisie. Politiky spadajúce pod ďalšie dva piliere (2.pilier - Spoločná zahraničná a bezpečnostná politika, 3. pilier - Justícia a vnútorná bezpečnosť) boli zavedené až Maastrichtskou zmluvou, integrácia v týchto oblastiach je veľmi politicky citlivá a preto majú členské štáty pri rozhodovaní veľmi často právo veta. Výsledky činnosti EÚ: Voľné cezhraničné cestovanie a obchod, euro (jednotná európska mena, 1.1.1999), bezpečnejšie potraviny a zdravšie životné prostredie, lepšia životná úroveň v chudobnejších oblastiach, spoločné opatrenia v oblasti zločinu a terorizmu, lacnejšie telefonické hovory a cestovanie lietadlom, veľké množstvo príležitostí študovať v zahraničí,...Aby sa toto všetko mohlo stať skutočnosťou, krajiny EÚ zriadili orgány, ktoré riadia EÚ a prijímajú právne predpisy.

Hlavnými orgánmi sú: Európsky parlament (reprezentuje obyvateľov Európy), Rada Európskej únie (reprezentuje vlády jednotlivých krajín), Európska komisia (reprezentuje spoločný záujem EÚ) a ďalšie. Hlavné sídlo EÚ: Brusel,

8. PODNIK A PRÁVNE FORMY PODNIKANIA

Podnik – je základná hospodárska jednotka zameraná na výrobu, ktoré vyrábajú výrobky alebo služby a uspokojujú potreby domácností alebo celej spoločnosti. Predstavuje súbor hmotných, nehmotných a osobných zložiek podnikania.

Znaky podniku

- *ekonomická samostatnosť* – podnik vykonáva podnikateľskú činnosť sám, nikto mu nezasahuje do podnikania. Jediný jeden môže zasahovať a to je štát.
- *právna subjektivita* – podnik má právo vo vlastnom mene uzatvárať zmluvy s inými subjektami napr. s dodávateľmi, zamestnancami, bankou. Získavajú registráciou v obchodnom registri alebo na živnostenskom úrade. Podnik zodpovedá za svoje záväzky.
- *kapitál* – podnik na svoje podnikanie musí mať majetok a zamestnancov.

Členenie podnikov

1) Podľa predmetu podnikania (odvetvové členenie)

- a) výrobné podniky – podniky priemyslu
- b) nevýrobné podniky – podniky služieb

2) Podľa veľkosti

- a) malé podniky do 50 zamestnancov
- b) stredné podniky do 500 zamestnancov
- c) veľké podniky nad 500 zamestnancov

3) Podľa právnej formy podnikania

- a) podnik jednotlivca – živnosť
- b) obchodné spoločnosti :
 - osobné obchodné spoločnosti (verejná obchodná spol. , komanditná spol.)
 - kapitálové obchodné spoločnosti (s.r.o. , a.s.)
- c) družstvá

4) Podľa vlastníctva

- a) súkromné podniky – predchádzajúce členenie
- b) verejno prospešné podniky – plnia funkcie štátu –rozpočtové a príspevkové organizácie
- c) zmiešané podniky – zahraničná kapitálová účasť

Zalozenie podniku –pri zakladaní podniku si musí podnikateľ premyslieť tri základné eko. otázky (čo, ako , pre koho vyrábať).

- Nápad (predmet podnikania)
- Obchodný názov a právna forma
- Lokalizácia (miesto , sídlo podnikania, adresa)
- Finančné zabezpečenie podnikania (kapitál)- z akých zdrojov podnikateľ zabezpečí fin. prostriedky (vlastné alebo cudzie)
- Podnikateľský rozpočet : je to plán nákladov , výnosov a hospodárskeho výsledku
- Vypracovanie a podpísanie jednotlivých druhov zmlúv

Vznik podniku – podnik vzniká :

- 1) dňom zápisu do obchodného registra
- 2) získaním živnostenského oprávnenia (živnostenský list, koncesná listina)

Zrušenie podniku

Dôvody

- Rozhodnutím spoločníkov alebo podnikateľa
- Uplynutím doby podnikania
- Splnením účelu podnikania
- Úpadok , bankrot podnikateľa- podnikateľ má trvalé platobné ťažkosti, je zadlžený
- Rozhodnutím súdu

Spôsoby

- Bez likvidácie (spôsob transformácie) majetok a záväzky podniku prechádzajú na iný subjekt
- S likvidáciou – likvidáciou je poverený likvidátor . je to FO zapísaná v obchodnom registri , určí ho buď štatutár alebo súd. Likvidátor je poverený odpredať majetok podniku zhromaždiť peňažné prostriedky na 1 účet a uspokojiť všetky pohľadávky veriteľov. Ak po vysporiadaní záväzkov zostanú podniku finančné prostriedky hovoríme o tzv. *likvidačnom zostatku* ktorý sa rozdelí medzi majiteľov podniku
- Uvalením konkurzu : konkurz sa vyhlási na podnik , ktorý nie je schopný plniť si svoje záväzky. Jeho majetok tvorí tzv. *konkurznú podstatu*. Podnik stráca právo narábať zo svojím majetkom toto právo prechádza na správcu ktorého úlohou je záväzky účastníkmi konkurzu sú to veritelia a dlžníci. Pred vyhlásením konkurzu môže dlžník podať návrh na vyrovnanie v ktorom uvedie aké vyrovnanie ponúkne svojim veriteľom. K návrhu pripojí zoznam svojho majetku a výšku pohľadávok a záväzkov. K vyrovnaniu môže dôjsť ak veritelia návrh prijmú.

Zánik podniku

- 1) dňom výmazu z obchodného registra
- 2) dňom vrátenia živnostenského oprávnenia

Úloha pre žiakov – PEXESO – nájdite správne dvojice

STATNÝ PODNIK	SÜKROMNÝ PODNIK	EKONOMICKÁ SAMOSTATNOSŤ	PODNIK JEDNOTLIVCA
Podnik je právnickou osobou s právnou subjektivitou. Majetok, s ktorým hospodári je v štátnom	Podnik založený s cieľom dosahovať zisk. Je jedným zo základov trhovej ekonomiky. Ide o súkromné vlastníctvo	Podnik rozhoduje a zabezpečuje svoju hospodársku činnosť samostatne. Štát nezasahuje priamo do činnosti podniku	Vlastníkom podniku je jednotlivec, ktorý sám rozhoduje o činnosti a záležitostiach podniku a zodpovedá za
PODNIK	MALÝ A STREDNÝ PODNIK	VÝROBNÝ PODNIK	PODNIK SLUŽIEB
Samostatný ekonomicko-právny subjekt, ktorý využíva výrobné činitele na výrobu výrobkov a poskytovanie	Podnik sa vyznačuje menším počtom pracovníkov a menším rozsahom výroby, majiteľom je väčšinou jedna osoba, ktorá sama rozhoduje o otázkach týkajúcich	Priemyselný podnik, stavebný podnik, poľnohospodársky a lesnícky podnik	Dopravné podniky, podniky cestovného ruchu, obchodné podniky, kultúrno-vzdelávacie podniky, finančné podniky
EKONOMICKÁ FUNKCIA PODNIKU	VELKÝ PODNIK	PRAVNA SUBJEKTIVITA	OBCHODNÁ SPOLOČNOSŤ
Spočíva v tom, že podnik vyrába výrobky a poskytuje služby. Zahŕňa zásobovaciu činnosť, vlastnú výrobu, odbytovú	Podnik zamestnáva väčší počet zamestnancov a jeho výroba sa označuje ako veľkosériová. Jeho nevýhodou je, že je menej prispôsobivý požiadavkám trhu	Podniky majú právo vo vlastnom mene uzatvárať zmluvy s inými subjektami, nadobúdajú ju zápisom do obchodného registra	Združenie dvoch a viacerých spoločníkov s cieľom vykonávať podnikateľskú činnosť a dosahovať zisk. Členia sa na

8.1 Živnosť

Živnosť je sústavná činnosť prevádzkovaná samostatne vo vlastnom mene, na vlastnú zodpovednosť s cieľom dosahovania zisku. Je to podnikanie jednotlivcov a tvoria na Slovensku najpočetnejšiu skupinu podnikov.

Môžu ich zakladať fyzické aj právnické osoby ktoré musia spĺňať všeobecné prípadne osobitné podmienky:

Všeobecné - vek, právna spôsobilosť, bezúhonnosť

Osobitné - odborná alebo iná spôsobilosť

Živnostník má neobmedzené ručenie, to znamená, že ručí celým svojím majetkom.

Členenie živností podľa spôsobu získavania živnostenského oprávnenia

OHLASOVACIE živnosti

- stačí ak živnostník po splnení podmienok ohlásí začiatok podnikania živnostenskému úradu ktorý mu do 15 dní vydá živnostenský list

KONCESOVANÉ živnosti

- vyžaduje sa pri náročnejších činnostiach. Koncesovaná živnosť sa vyžaduje v oblastiach v ktorých sa dôraz kladie na ochranu zdravia života majetku a verejných záujmov (lekárne, predaj zbraní). Doklad – koncesná listina
- Živnostník požiada živnostenský úrad o vydanie koncesovanej živnosti pričom **má** doložiť všetky potrebné doklady. Živnostenský úrad prehodnotí žiadosť a buď koncesovanú listinu vydá alebo nie. Živnostenský úrad sídli na daňovom úrade a vedú živnostenské registre.

Členenie živností podľa požiadaviek na odbornú spôsobilosť

REMESELNÉ živnosti

- podmienkou prevádzkovania živnosti je odborná spôsobilosť získaná vyučením v odbore (výučný list, vysvedčenie o maturitnej skúške) Musí mať 3 ročnú prax v obore

VIAZANÉ živnosti

- vyžaduje sa pri náročnejších činnostiach, napríklad výroba výrobku podmienkou prevádzkovania živnosti je odborná spôsobilosť získaná. Odborná spôsobilosť sa preukazuje skúškou z odbornej spôsobilosti.

VOĽNÉ živnosti

- nevyžaduje sa preukázanie odbornej spôsobilosti stačí ak živnostník spĺňa základné požiadavky (podomový predajca predaj na trhu)

Členenie živností podľa obsahu a rozsahu živnostenského oprávnenia

OBCHODNÉ živnosti

- nie sú presne vymedzené, ich základnou činnosťou je obchodná činnosť ale môžu vykonávať aj drobné opravy alebo úpravy niektorých výrobkov ale prevažovať musí obchodná činnosť.

VÝROBNÉ živnosti

- výroba a predaj vlastných výrobkov ale môžu predávať aj výrobky od iných výrobcov.

živnosti NA POSKITOVANIE SLUŽIEB

- nie sú presne vymedzené ich rozsah sa konkrétne vymedzuje v živnostenskom liste.

8.2 Obchodné spoločnosti - OS

OS je právnickou osobou založenou za účelom podnikania. Spoločnosťami sú verejná obchodná spoločnosť, komanditná spoločnosť, spoločnosť s ručením obmedzeným a akciová spoločnosť. Spol. s r. o. a a. s. môžu byť založené aj za iným účelom, pokiaľ to osobitný zákon nezakazuje.

Verejná obchodná spoločnosť – v. o. s.

V. o. s. je spoločnosť, v ktorej aspoň dve osoby podnikajú pod spoločným obchodným menom a ručia za záväzky spoločnosti spoločne a nerozdielne všetkým svojím majetkom.

V. o. s. patrí medzi tzv. osobné spoločnosti. Osobná povaha v. o. s. sa prejavuje v tom, že:

- a) spoločníci sú povinní osobne sa zúčastňovať na podnikaní spoločnosti; osobná účasť na podnikaní nie je obsahom pracovného pomeru, ale vyplýva priamo zo spoločníckeho vzťahu; z tohto dôvodu nemôže byť spoločník v pracovnom pomere k v. o. s.;
- b) spoločníci ručia za záväzky spoločnosti celým svojím obchodným i neobchodným majetkom, a to solidárne. Veriteľ si teda môže vybrať, od ktorého zo spoločníkov bude požadovať plnenie, keď spoločnosť svoj záväzok nesplní.

V. o. s. je rovnako ako ostatné OS právnickou osobou, má teda právnu subjektivitu. Je subjektom práv a povinností nie len súkromného, ale i verejného práva. V. o. s. je vlastníkom a subjektom všetkých práv a povinností, ktoré Obch. zákonník a iné právne predpisy ukladajú všetkým podnikateľom. Premetom činnosti v. o. s. môže byť iba podnikateľská činnosť. Na nepodnikateľskú činnosť sa môžu zriaďovať len kapitálové spoločnosti, pričom nie je dôležité, či ide o živnosť alebo inú podnikateľskú činnosť. V. o. s. možno založiť len na spoločné podnikanie pod spoločným obchodným menom.

Spoločné podnikanie je podnikaním minimálne dvoch osôb, pričom obidve sa podieľajú na podnikateľskej činnosti, ktorá je predmetom činnosti spoločnosti. Na podnikaní

vo v. o. s. sa môžu zúčastniť tak FO, ako aj PO, a to slovenské i zahraničné. V. o. s. sa zakladá spoločenskou zmluvou. Pretože spoločnosť je PO, nevzniká ako právny subjekt okamihom uzavretia zmluvy a faktickým podnikateľskej činnosti, ale až dňom zápisu do Obchodného registra. Dňom, ku ktorému je spoločnosť zapísaná v OR, vzniká ako PO a prechádzajú na ňu záväzky, ktoré v mene spoločnosti prevzali pred jej zápisom spoločníci, a pokiaľ ich do 3 mesiacov neodmietne, je povinná začať plniť povinnosti vyplývajúce z vedenia účtovníctva. Obchodné meno musí obsahovať označenie “verejná obchodná spoločnosť”, ktoré môže byť nahradené skratkou, ver. obch. spol.” alebo „v. o. s.”. Ak obchodné meno obsahuje priezvisko aspoň jedného zo spoločníkov, postačí dodatok „a spol.”.

Komanditná spoločnosť – k. s.

K. s. je spoločnosť, v ktorej jeden alebo viac spoločníkov ručí za záväzky spoločnosti do výšky svojho nesplateného vkladu zapísaného v OR (komanditisti) a jeden alebo viac spoločníkov celým svojím majetkom (komplementári). K. s. patrí medzi tzv. zmiešané spoločnosti, pretože má črty tak osobných spoločností, ako aj črty kapitálových spoločností. Je to dané rozličným právnym postavením dvoch základných skupín spoločníkov – komanditistov a komplementárov.

Komplementári majú obdobné právne postavenie ako spoločníci vo v. o. s., pretože ručia za záväzky spoločnosti celým svojím majetkom spoločne a nerozdielne. Postavenie komanditistov sa zasa približuje postaveniu spoločníka v s. r. o., pretože ručia za záväzky spoločnosti iba do výšky nesplateného vkladu zapísaného do OR. K. s. je PO, ktorá zodpovedá za svoje záväzky svojím vlastným majetkom a môže byť založená iba na spoločné prevádzkovanie podnikateľskej činnosti. K. s. môžu založiť min. 2 osoby, ale na rozdiel od v. o. s. musia byť v rozličnom právnom postavení, pretože vždy aspoň jeden spoločník musí byť v postavení komanditistu a jeden v postavení komplementára. Rozdiel v ich postavení nie je iba v rozsahu ručenia, ale i v tom, že komanditista je povinný priniesť iba vklad do spoločnosti, ale osobne sa a podnikaní nezúčastňuje. Preto nemá právo na obchodné vedenie spoločnosti ani právo konať v mene spoločnosti, môže iba podnikanie kontrolovať a má právo na podiel zo zisku. Naproti tomu komplementár nemusí priniesť vklad, ale je povinný osobne sa zúčastniť na podnikateľskej činnosti, svoj podiel na spoločnosti nemôže prevádzať a jeho účasť zaniká rovnako ako u spoločníka u v. o. s.. Komplementárom i komanditistom môže byť FO, ale aj PO. K. s. sa zakladá spoločenskou zmluvou a vzniká dňom, ku ktorému bola zapísaná do OR. Obchodné meno spoločnosti musí obsahovať označenie „komanditná spoločnosť”, postačí však skratka „kom. spol.” alebo „k. s.”. Ak obchodné meno spoločnosti obsahuje meno komanditistu, ručí tento komanditista za záväzky spoločnosti ako komplementár.

Spoločnosť s ručením obmedzeným – spol. s r. o.

Je spol., ktorej základné imanie tvoria vopred určené vklady spoločníkov. Spoločnosť môže založiť jedna osoba. Spoločnosť môže mať najviac 50 spoločníkov. Obchodné meno spoločnosti musí obsahovať označenie „spoločnosť s ručením obmedzeným”, postačí však skratka „spol. s r. o.” alebo „s. r. o.”. Hodnota základného imania spoločnosti musí byť

aspoň 5000 eur. Hodnota vkladu spoločníka musí byť aspoň 750 eur. Na založení spoločnosti sa môže každý spoločník zúčastniť iba jedným vkladom. Výška vkladu sa môže pre jednotlivých spoločníkov určiť rozdielne, musí byť však deliteľná tisícom. Celková hodnota vkladov musí súhlasiť s hodnotou základného imania spoločnosti. S. r. o. sa zaraďuje medzi kapitálové spoločnosti, pretože základnou povinnosťou spoločníkov nie je osobná účasť na podnikaní spoločnosti, ale povinnosť vnieť určitý kapitál /peňažný či nepeňažný/, ďalej to, že veritelia sa môžu zásadne uspokojovať len z majetku spoločnosti a spoločníci sú postihnutelní len v obmedzenom rozsahu alebo sú vôbec osobne majetkovo nepostihnuteľní. S. r. o. však nie je čisto kapitálová spoločnosť, ale sa v nej prejavujú aj určité črty osobných spoločností. Medzi črty osobných spoločností pri s. r. o. možno zahrnúť:

- a) podiel spoločníka nie je stelesnený v cennom papieri /akcií/, a preto je jeho účasť v spoločnosti odvolateľná len obmedzene, spravidla iba so súhlasom najvyššieho orgánu spoločnosti,
- b) pri úmrtí spoločníka neprechádza dedením podielu priamo zo zákona na dediča aj účasť v spoločnosti,
- c) počet spoločníkov je obmedzený tak, aby sa zabezpečila ešte možnosť ich účasti na podnikaní, ak o to prejavia záujem,
- d) spoločníci ručia veriteľom za záväzky spoločnosti v obmedzenom rozsahu.

Spoločnosť zodpovedá za porušenie svojich záväzkov celým svojím majetkom. Spoločník ručí za záväzky spoločnosti do výšky svojho nesplateného vkladu zapísaného v OR. S. r. o. je založená uzavretím spoločenskej zmluvy alebo spísaním zakladateľskej listiny, pokiaľ spoločnosť zakladá jeden zakladateľ. Spoločnosť ako právnická osoba vzniká až dňom zapísania do OR.

Orgánmi spol. s r. o. sú:

- valné zhromaždenie, je najvyšším orgánom spoločnosti;
- konatelia, ktorí sú štatutárnym orgánom spoločnosti; môže ich byť jeden alebo viac, ale iba FO;
- dozorná rada, zriaďuje sa, ak tak určuje spoločenská zmluva.

Akciová spoločnosť – a. s.

A.s. je spoločnosť, ktorej základné imanie je rozvrhnuté na určitý počet akcií s určitou menovitou hodnotou. Spoločnosť zodpovedá za porušenie svojich záväzkov celým svojím majetkom. Akcionár neručí za záväzky spoločnosti. Obchodné meno spoločnosti musí obsahovať označenie „akciová spoločnosť“ alebo skratku „akc. spol.“ alebo skratku „a.s.“. A. s. je PO; môže sa založiť na účel podnikania, ale aj na iný účel, pokiaľ to osobitný zákon nezakazuje. Podstatou a. s. je vždy základné imanie rozvrhnuté na vopred určený počet podielov určitej menovitej hodnoty, ktoré sa nazývajú akcie.

Predmetom činnosti a. s. však nemusí byť vždy podnikanie na účely dosiahnutia zisku, ale len na zhromaždenie určitého základného imania, napr. na účel nákupu nehnuteľností, zariadení, a pod., v ktorých sa bude prevádzkovať kultúrna činnosť / napr. divadlo, múzeum, a pod./, ktorá neprináša zisk. Vklady akcionárov / podielnikov/ sa splatením stávajú

vlastníctvom spoločnosti dňom jej vzniku. A. s. môže byť súkromnou a. s. alebo verejnou a. s.. Spoločnosť môže založiť jeden zakladateľ, ak je zakladateľ PO, inak dvaja alebo viacerí zakladatelia. Ak spoločnosť zakladajú dvaja alebo viacerí zakladatelia, uzavru zakladateľskú zmluvu. Ak spoločnosť zakladá jeden zakladateľ, zakladateľskú zmluvu nahrádza zakladateľská listina. Zakladateľská zmluva alebo zakladateľská listina sa musí vyhotoviť vo forme notárskej zápisnice o právnom úkone.

Súčasťou zakladateľskej zmluvy a zakladateľskej listiny je návrh stanov. Hodnota zákl. imania spoločnosti musí byť aspoň 25 000 eur. Pred vznikom spoločnosti musí byť upísaná celá hodnota základného imania a splatených najmenej 30% z peňažných vkladov. Návrh na zápis do OR podáva predstavenstvo a podpisujú ho všetci členovia predstavenstva. Spoločnosť vzniká dňom, ku ktorému je zapísaná v OR. Zápis spoločnosti do OR má konštitutívny charakter, čiže až ním vzniká spoločnosť ako subjekt práv a povinností.

Orgánmi a. s. sú:

- valné zhromaždenie, je najvyšším orgánom spoločnosti;
- predstavenstvo, je štatutárnym orgánom spoločnosti, ktorý riadi činnosť spoločnosti a koná v jej mene;
- dozorná rada, je orgánom spoločnosti s najširšou kontrolnou pôsobnosťou; dohliada na výkon pôsobnosti predstavenstva a uskutočňovanie podnikateľskej činnosti spoločnosti; musia ju zriadiť v každej a. s..

Spôsoby ručenia majiteľov spoločností a živnostníkov – výhody a nevýhody

V. o. s. zodpovedá za svoje záväzky celým svojím majetkom. Spoločníci ručia za záväzky spoločnosti všetkým svojím majetkom spoločne a nerozdielne. Spoločník, ktorý do spoločnosti pristúpil, ručí aj za záväzky spoločnosti vzniknuté pred jeho pristúpením. Môže však požadovať od ostatných spoločníkov, aby mu poskytli náhradu za poskytnutie tohto plnenia a nahradili náklady s tým spojené. Ak zanikne účasť spoločníka za trvania spoločnosti, ručí len za záväzky, ktoré vznikli pred zánikom jeho účasti.

K. s. za svoje záväzky zodpovedá celým svojím majetkom, spoločníci ručia za ich záväzky odlišne, a to v závislosti od svojho postavenia v spoločnosti. Komanditista ručí za záväzky spoločnosti len do výšky svojho vkladu zapísaného v OR. Komplementár ručí veriteľom spoločnosti celým svojím majetkom.

S. r. o. zodpovedá za porušenie svojich záväzkov celým svojím majetkom. Spoločník ručí za záväzky spoločnosti do výšky svojho nesplateného vkladu zapísaného v OR, preto sa do OR bude zapisovať nie len výška vkladu, ale aj suma, ktorú už splatili na svoj vklad.

A. s. zodpovedá za porušenie svojich záväzkov celým svojím majetkom. Akcionár neručí za záväzky spoločnosti.

Živnostník zodpovedá za svoje záväzky celým svojím majetkom.

9. VECNÁ STRÁNKA ČINNOSTI PODNIKU

9.1. Majetok podniku

Majetok podniku sú to prostriedky, ktoré podnik pri svojej činnosti obstaráva, používa a účelne s nimi hospodári.

Členenie majetku

Z hľadiska charakteru:

1. hmotný (budova)
2. nehmotný (softvér)
3. finančný (peniaze v hotovosti)

Z časového hľadiska:

1. DLHODOBÝ MAJETOK
 - a) dlhodobý hmotný majetok
 - samostatné hnutelné veci, vstupná cena je vyššia ako 1 000€, doba použiteľnosti je dlhšia ako 1 rok
 - napr. pozemky, stavby, pestovateľské celky s dobou plodnosti dlhšou ako 3 roky, základné stádo, majetok ocenený na menej ako 1 000€ ak doba použiteľnosti nižšia ako 1 rok
 - b) dlhodobý nehmotný majetok
 - vstupná cena vyššia ako 1 660€, doba použiteľnosti dlhšia ako 1 rok
 - napr. zriaďovacie náklady, softvér, goodwill, oceníteľné práva, aj majetok ocenený na menej ako 1 660€ ak doba použiteľnosti je dlhšia ako 1 rok
 - c) dlhodobý finančný majetok
 - cenné papiere a vklady na dobu dlhšiu ako 1 rok, pôžičky s dobou splatnosti dlhšou ako 1 rok, ktoré podnik poskytol, umelecké diela, súbor hnutelných a nehmotných vecí prenajímaných ako celok
 - d) dlhodobé pohľadávky
 - pohľadávky podniku voči FO alebo PO, ktoré majú byť premenené v budúcnosti na peniaze
2. KRÁTKODOBÝ MAJETOK
 - a) zásoby – materiál, nedokončená výroba, polotovary vlastné výroby, výrobky, zvieratá, tovar
 - b) krátkodobé pohľadávky – doba splatnosti je do 1 roka
 - c) krátkodobý finančný majetok- peniaze v hotovosti, ceniny, peniaze uložené na účtoch v bankách, majetkové cenné papiere s dobou splatnosti kratšou ako 1 rok.

Spôsoby obstarávania dlhodobého majetku(DM)

1. KÚPOU
 - a) jednorazovo- naraz
 - b) postupne- náklady vznikajú postupne- od začiatku obstarávania majetku až po jeho zaradenie do používania, označujú sa ako nedokončené nehmotné a hmotné investície.

Hmotný majetok sa uvedie do používania až po zabezpečení všetkých technických funkcií potrebných na používanie a zároveň po splnení všetkých právnych predpisov (bezpečnostných, ekologických, hygienických).

2. VLASTNOU ČINNOSTOU

- tento spôsob môže použiť podnik, kt. si vlastnými prostriedkami a pracovníkmi zabezpečí obstarávanie DM (stavebná firma si postaví novú budovu).

3. DAROVANÍM

- bezplatné obstaranie majetku, môžu vzniknúť náklady súvisiace s uvedením do používania (montáž) alebo náklady s daň. Povinnosťou

4. PREPADENÍM Z OSOB. POUŽÍVANIA DO PODNIKANIA

- v prípade individuálneho podnikania, keď sa podnikateľ rozhodne svoj osobný majetok preradiť z osobného používania do používania podniku, na účely podnikania

5. FINANČNÝ LEASING

- obstaranie majetku formou postup. splátok, v leasingovej zmluve sa môžu prenajímateľ a nájomca dohodnúť, že po splatení splátok a skončení prenájmu zostane majetok nájomcovi

Fyzické a morálne opotrebenie DM

FYZICKÉ OPOTREBENIE- postupné znehodnocovanie funkčných vlastností DM až do úplného opotrebenia. Prejavuje sa v 2formách:

- a) *aktívne*- vplyvom používania strojov a závisí od času a intenzity používania.
- b) *pasívne*- v dôsledku fyzického starnutia v období nepoužívania.

MORÁLNE OPOTREBENIE- stroje a zariadenia sa znehodnocujú vplyvom technického pokroku. Môže mať dvojaký charakter:

- a) morálne opotrebenie v dôsledku rastu produktivity práce
- b) m. opotrebenie dôsledku technického pokroku- najmä IT

9.2 Inventarizácia majetku

Je kontrola zhodnosti skutočného stavu so stavom majetku v evidencii. Každá organizácia je povinná vykonať ju minimálne raz za rok, ku koncu účtovného obdobia. Má 3 zložky:

1. INVENTÚRA- zistenie skutočného stavu, vyhotovenie inventárnych záznamov (súpis majetku). Inventúru poznáme:
 - a) *fyzickú*- pri väčšine majetku, skutočné stavy sa zisťujú prepočítaním, vážením, meraním
 - b) *dokladovú*- preverovanie dokladov
2. VYČÍSLENIE ROZDIELOV- medzi skutočným stavom zistením pri inventúre a stavom v evidencii. Porovnávaním vznikajú rozdiely, a to *manko a prebytok*.
3. VYROVNÁVANIE ROZDIELOV- tak, aby sa skutočný stav rovnal stavu majetku v evidencii. V organizáciách zabezpečujú inventarizáciu inventarizačné komisie.

Z HLADISKA ČASU POZNÁME INVENTARIZÁCIU:

- a) *riadnu*- vykonáva sa v stanovených termínoch a môže byť:
periodická- k určitému dňu (obyčajne na konci roka)
priebežná- možno ju vykonať pri zásobách, výrobkoch, kt. sa evidujú podľa druhov
- b) *mimoriadnu*- robí sa ku dňu vzniku organizácie, zlúčeniu, rozdeleniu, likvidácii, krádeži,....

Úlohy pre žiakov:

Prirad'te jednotlivé vety v tabuľke k pracovnému listu.

Odtrhol sa jej gombík na kabáte
Na svoju podnikateľskú činnosť potreboval osobné auto aj dodávku.
Po mesiaci predaja si uvedomil, že vo veľkosklade nakúpil nedostatočné množstvo hygienických vreckoviek
Na škatuli od topánok chýbal údaj o cene.
Pri prehliadke vozidla sa zistilo, že má nedostatok brzdovej kvapaliny.
Krajčírka mi povedala, že na ušitie letných šiat potrebujem 2,5 m látky.
Marhuľový ovocný sad zaberá plochu 3 ha.
V kancelárii riaditeľa visel na stene obraz známeho maliara
Výrobná hala bola v dezolátnom stave.
Výmena pneumatík na nákladnom aute bola nevyhnutná.
Na námestí umiestnili novú kovovú sochu.
Z cesty bolo vidieť stádo pasúcich sa oviec.
Na stavbu rodinného domu objednali málo cementu
V poslednom čase sa hovorí, že slovenské včelstvá vymierajú
Bočná stena budovy základnej školy bola pomal'ovaná grafitmi.
Na farme sa práve kŕmil kŕdeľ sliepok.
Papierové vrecko od múky bolo roztrhnuté.

Pracovný list

Úloha: priradíte nájdené formy majetku k skupine, o ktorej si myslíte, že do nej patria.

Dlhodobý hmotný majetok

Stavby.....

Samostatné hnutel'né veci

Pestovateľské celky trvalých porastov.....

Základné stádo a ťažné zvieratá.....

Ostatný dlhodobý hmotný majetok.....

Pozemky.....

Umelecké diela, zbierky.....

Zásoby

Materiál

Suroviny

Pomocné látky.....

Prevádzkové látky

Náhradné dielce

Obaly

Zásoby vlastnej výroby

Nedokončená výroba

Polotovary

Výrobky

Zvieratá.....

Tovar

Prípadová štúdia:

Rozhodli ste sa, že začnete podnikáť v oblasti gastronómie. Chcete vlastníť reštauráciu s ponukou slovenských špecialít v centre mesta Prešov. Viete, že na zriadenie reštaurácie budete potrebovať rôzne druhy dlhodobého majetku. Do podnikania plánujete vložiť osobné auto a peňažnú hotovosť. Uvažujete, že hneď na začiatku podnikania si obstaráte konvektomat od lízingovej spoločnosti. Z dlhodobého hľadiska plánujete svoje podnikanie rozšíriť a zrealizovať výstavbu nového penziónu v blízkosti vašej reštaurácie. Predpokladané investičné náklady na výstavbu sú 800 000,00 EUR, plánovaný ročný čistý zisk je 30 000,00 EUR a dobu životnosti penziónu predpokladáte na 20 rokov.

Úlohy:

1. Navrhните, aký dlhodobý majetok budete potrebovať na vybavenie vašej reštaurácie.
2. Uveďte, z ktorých druhov lízingu si môžete vybrať pri obstaraní konvektomatu.
3. Posúďte výhody a nevýhody uvedeného spôsobu obstarania.
4. Porovnajte lízing a úver ako cudzie zdroje obstarania dlhodobého majetku.
5. Zhodnoťte ukazovateľ návratnosti vašej investície do výstavby nového penziónu.

10. EKONOMICKÁ STRÁNKA ČINNOSTI PODNIKU

10.1. Náklady a výnosy

K tomu, aby podnik mohol uskutočňovať svoje ciele, t.j. vyrábať výrobky alebo poskytovať služby, musí vynakladať výrobné činitele (materiál, stroje, ľudská práca, ...). Všetky tieto zložky predstavujú pre firmu náklad.

Náklad – predstavuje spotrebu výrobných faktorov vynaložených podnikom na výkony vyjadrenú v peniazoch..

Členenie nákladov:

1. z hľadiska závislosti nákladov od objemu výkonov:

- fixné (pevné) – pri zmene objemu výkonov sa nemenia (napr. nájomné, náklady na kúrenie, osvetlenie, ...)
- variabilné (pružné) – pri zmene objemu produkcie sa menia. Členenie:
 - proporcionálne – vyvíjajú sa v tom istom pomere ako produkcia (napr. základný materiál)
 - neproporcionálne:
 - ✓ progresívne – ich výška rastie rýchlejšie ako objem výkonov (napr. nadčasové príplatky, zvýšené náklady na opravy, ...)
 - ✓ regresívne – ich rast je pomalší ako rast výkonov (napr. spotreba pomocného materiálu, náklady na bežné opravy, ...)
 - ✓ regresívne – vyvíjajú sa nepriamo úmerne objemu produkcie, t.j. že ich výška pri raste produkcie klesá a pri poklese produkcie stúpa (mzdy vyplatené za prestoje, za časy čakania, ...)

2. podľa nákladových druhov:

- náklady na spotrebu materiálu a energie
- náklady na externé služby
- mzdové a ostatné osobné náklady
- dane a poplatky
- odpisy
- finančné náklady
- daň z príjmu
- iné druhy nákladov

3. podľa oblasti činnosti:

- náklady z bežnej činnosti – súvisia s vlastnou prevádzkovou činnosťou podniku a členia sa na:
 - prevádzkové – spotreba materiálu, energie, mzdové a osobné náklady, ...
 - finančné – úroky, náklady spojené s predajom cenných papierov, ...
- náklady z mimoriadnej činnosti – manká, škody, pokuty, penále

4. kalkulačné členenie – z hľadiska vykalkulovania na 1 kus produkcie alebo jednotku výkonu:

- priame – možno ich stanoviť priamo na 1 výrobok (napr. priamy materiál, priame mzdy, ...)
- nepriame, tzv. režijné alebo prevádzkové – nie je možné jednoznačné stanovenie na 1 výrobok (napr. náklady na riadenie a správu, náklady spojené s obsluhou prevádzky, ...)

Výnosy

Predstavujú finančné vyjadrenie príjmov z činnosti podniku, sú to tržby z predaja tovarov a služieb a ďalšie príjmy – úroky z vkladov, z predaja prebytočného zariadenia, z CP
Zdroje výnosov podniku:

z realizovaných výkonov (tržby)

- z výrobných činností
- z obchodných činností
- za služby

vnútro podnikové (doplňkové)

- vlastné výrobky a služby medzi útvarmi podniku
- vlastná údržba, vlastná investičná výstavba
- nedokončená výroba

ostatné

- prevádzkové výnosy nevyplývajúce z hlavnej činnosti,
- z predaja dlhodobého majetku (stroje, budovy)
- z dlhodobého finančného majetku (vklady, cenné papiere)
- z krátkodobého finančného majetku
- mimoriadne (prijaté pokuty, penále)

Členenie výnosov podľa jednotlivých oblastí činnosti podniku:

výnosy z bežnej činnosti:

- prevádzkové – tržby za vlastné výkony, vnútro podnikové...
- finančné – výnosy z predaja CP...

mimoriadne výnosy – prebytky v pokladnici, náhrady za zavinené škody

Výnosy z bežnej činnosti + Výnosy z mimoriadnej činnosti = **Celkové výnosy**

Výsledok hospodárenia

Hospodársky výsledok (HV)

$$HV = V - N \quad \text{ak } V > N - \text{zisk} \quad \text{ak } V < N - \text{strata}$$

$$V - \text{výnosy} \quad N - \text{náklady}$$

Úlohy pre žiakov

PRACOVNÝ LIST

Téma: Náklady – pojem, členenie

1. Doplňte do definície: Náklad predstavuje výrobných vyjadrenú
..... . Výdavok predstavuje
2. Vytvorte dvojice:

A/ úbytok materiálu zo skladu

E/ výdaj

B/ nákup kancelárskych potrieb v hotovosti

F/ výdavok

C/ výplata cestovného z pokladnice

D/ predaj tovaru

3. Nachádzame sa v pizzérii. Na výrobu pizze boli vynaložené nasledovné náklady:

- a) spotreba múky na cesto,
- b) spotreba zeleniny,
- c) mzda kuchára,
- d) náklady na osvetlenie,
- e) spotreba syra,
- f) náklady na kúrenie,
- g) spotreba šunky,
- h) odpis budovy pizzérie,
- i) mzda čašníčky,
- j) náklady na vyhotovenie reklamného pútača,
- k) mzda šoféra, ktorý rozváža pizzu zákazníkom,
- l) mzda účtovníčky,
- m) spotreba elektrickej energie,
- n) spotreba kečupu.

K jednotlivým položkám kalkulačného vzorca dopíšte tie druhy nákladov, ktoré tam podľa Vás patria:

Položka kalkulačného vzorca	Náklad (uved'te písmeno)
Priamy materiál	
Priame mzdy	
Ostatné priame náklady	
Výrobná réžia	

Správna réžia	
Odbytové náklady	

4. Krížikom označte, či ide o fixný alebo variabilný náklad a zároveň priamy alebo nepriamy náklad. Svoj výber zdôvodnite.

Druh nákladu Fixný Variabilný Priamy Nepriamy

Mzda krajčírky

Zdôvodnenie:

Odpis budovy

Zdôvodnenie:

5. Každá firma sa snaží svoje náklady Uved'te prečo

10.2 Finančné hospodárenie podniku

Úloha finančného hospodárenia je zabezpečiť pohyb peňazí, majetku a kapitálu.

Peniaze: predstavujú hotovosť vo forme bankoviek a mincí a kreditné zostatky na bankových účtoch, ceniny a cenné papiere. Na začiatku každého podnikania sa zhromaždia peniaze na nákup majetku. Postupne sa nakúpia pozemky, budovy, stroje, materiál. Začína sa vyrábať, vyplácajú sa mzdy, energie a služby. Materiál sa premieňa na nedokončenú výrobu a neskôr na hotové výrobky. Hotové výrobky sa predajom menia na pohľadávky a po zaplatení sa vracajú späť do podniku vo forme peňazí. Peniaze vyvolávajú kolobeh v podniku.

Majetok: v peňažnej forme sa vyskytuje iba zo začiatku, neskôr sa premení na dlhodobý majetok, zásoby, pohľadávky.

Kapitál: predstavuje finančné krytie majetku.

vlastný: základné imanie, zisk, výsledok hospodárenia z bežnej činnosti

cudzí: rezervy, úvery, záväzky

V procese podnikateľského hospodárenia sú majetok a kapitál v ustavičnom pohybe. Mení sa ich objem a štruktúra. Procesy, ktorými sa uvedený proces realizuje sa skladajú:

1. zo získavania finančných zdrojov
2. z investovania finančných zdrojov
3. z rozdeľovania finančných zdrojov

Získavanie finančných prostriedkov:

Prvé finančné zdroje vznikajú pri zakladaní podniku – pri tvorbe základného imania. Pri rozvoji podnikania sa ďalšie zdroje získavajú z vytvoreného zisku, alebo s fondov zo zisku.

Finančné zdroje členíme z viacerých hľadísk:

1. časové hľadisko:

- trvalé (vlastný kapitál)
- dlhodobé (dlhodobé úvery)
- krátkodobé (úvery do jedného roka)

2. podľa spôsobu získavania:

- externé (nevznikli z podnikateľskej činnosti) vklady vlastníkov, dotácie, úvery
- interné (získavajú sa z výsledkov podnikateľskej činnosti) zisk, odpisy...

3. podľa účelu:

- kapitál: slúži na investovanie do nových budov, strojov, zariadení, slúži na rozširovanie a modernizáciu výrobnnej kapacity podniku.
- peniaze: slúžia na zabezpečenie krátkodobých potrieb – platobnej schopnosti a likvidity podniku.

4. podľa vlastníctva:

- vlastné finančné zdroje: tvoria vklad majiteľa, zisk, odpisy, nenávratné dotácie
- cudzie finančné zdroje: patria sem úvery, pôžičky, záväzky.

5. podľa doby splatnosti:

- krátkodobé: splatnosť do 1 roka
- dlhodobé: splatnosť nad 1 rok

6. podľa zdroja plynutia:

- interné: zisk, odpisy
- externé: vklady vlastníkov, dotácie, úvery

Úloha pre žiakov - Úloha financií v osobnom živote

Dvaja súrodenci sa majú rozhodnúť, ako použijú svoje vreckové. Mária dostáva týždenne 10 €, Jakub 7 €. Každý z nich má svoje potreby, ktoré potrebuje uspokojiť. V tabuľke je uvedený zoznam vecí, na ktoré by chceli peniaze minúť v priebehu jedného mesiaca. Za peniaze ktoré dostávajú, si nemôžu kúpiť všetko, čo by chceli. Musia urobiť kompromisy, robiť výber, urobiť poradie dôležitosti, na ktoré tovary si ušetriť.

1. Navrhните, ako by mali hospodáriť počas 8 týždňov - 2 mesiace.
2. Ako by vyzeral zoznam vašich potrieb, ak by ste mali od rodičov na mesiac na útratu 30 €.

Mária – 17 rokov	Jakub – 12 rokov
10 €/týždeň	7 €/týždeň
Kozmetika – 5 €	Kino – 2 €
Kino – 4 €	Časopis – 1€
Tričko – 8 €	Jupik – 0,70 €
Koncert – 15 €	CD – 7 €
Káva – 3 €	Čokoláda – 0,50 €

Návrh hospodárenia pre Jakuba

Potreby	Týždeň								Spolu
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	
Kino – 2 €									
Časopis – 1€									
Jupik – 0,70 €									
CD – 7 €									
Čokoláda – 0,50 €									
Príjem - 10 €									
Výdavky									
Rozdiel									

Návrh hospodárenia pre Máriu

Týždeň									
Potreby	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	Spolu
Kozmetika - 5 €									
Kino - 4 €									
Tričko - 8 €									
Koncert - 15 €									
Káva - 3 €									
Príjem - 10 €									
Výdavky									
Rozdiel									

Prípadová štúdia na tému: Úloha financií v spoločenskom, rodinnom alebo osobnom živote.

Čistý mesačný príjem rodiny Šetrných je 980,- €. Pani Šetrná zarobí 430,- € a pán Šetrný 550,- €. Rodina žije na vidieku v rodinnom dome. Majú 2 synov, obidvaja navštevujú strednú školu v meste vzdialenom 15 km, kde pracujú aj obaja rodičia. Do mesta sa vozia ráno všetci autom, z mesta podľa okolností aj spojmi. „Tá naša strecha potrebuje nutne rekonštrukciu, ak nechceme pri prudkom daždi plávať!“ povedala hlava rodiny pri ceste do práce. „To je síce pravda, ale odkiaľ zoberieme peniaze, keď našetrených máme len 500,- € a nová strecha stojí aspoň 10 krát viac“ odvetila pani Šetrná.

Mesačné náklady rodiny sú nasledovné:

Cestovné	100,- €
Strava	200,- €
Energie, dane, poplatky	100,- €
Hygiena a ostatné	100,- €
Stavebné sporenie (4x)	200,- €
Kultúra, škola, vreckové	150,- €
Spolu	850,- €

Úlohy:

- aké rôzne spôsoby financovania novej strechy má rodina Šetrných?
- vyberte podľa vás najvýhodnejší spôsob financovania
- svoj výber zdôvodnite

3. ROČNÍK

11. PERSONÁLNA ČINNOSŤ PODNIKU

Personálny manažment je časť manažmentu podniku zameraná na problematiku ľudských zdrojov (zamestnancov) a ich prácu v podniku. Je to riadenie zamestnancov. Predstavuje systém činností v oblasti zamestnaneckých vzťahov.

11.1 Personálne plánovanie

Určuje potrebný počet a štruktúru zamestnancov z hľadiska cieľov podniku a z hľadiska času. Jeho výsledkom je *personálny plán*. Má tieto časti:

a.) plán pracovných miest – má tieto stránky:

- Kvantitatívnu = počet zamestnancov
- Kvalitatívnu = štruktúra zamestnancov
- Priestorovú = umiestnenie prac. miest (zamestnancov)
- Časovú = kedy budú zamestnanci potrební

b.) plán získavania a výberu zamestnancov – výber zamestnancov z rôznych zdrojov

c.) plán rozmiestnenia zamestnancov – súčasné obsadenie pracovných miest, prípadne postup zamestnancov alebo ich preradenie na iné miesto

d.) plán znižovania počtu zamestnancov – plánovaný odchod do dôchodku, zrušenie prac. miesta atď.

e.) plán vzdelávania zamestnancov – obsahuje rozličné vzdelávacie aktivity

Stanovenie potreby zamestnancov

Na stanovenie potreby zamestnancov sa využívajú rôzne metódy:

1.) odhadom – v menších podnikoch a službách, napr. počet kuchárov, čašníkov v hoteli.

2.) na základe noriem práce = metóda normohodín – táto metóda je založená na výkonových (pracovných) normách a používa sa pri plánovaní počtu robotníkov a prevádzkovo obslužných zamestnancov.

3.) na základe noriem obsluhy = metóda noriem obsluhy – sa používa pri plánovaní počtu zamestnancov potrebných na obsluhu určitého zariadenia.

4.) na základe obsluhovaných miest – metóda sa používa, ak zamestnanec obsluhuje viac jednoduchých zariadení (napr. jeden robotník obsluhuje tri stroje).

11.2 Vznik, zmena a skončenie pracovného pomeru

Vznik pracovného pomeru:

Pracovný pomer je pracovnoprávny vzťah medzi zamestnancom a zamestnávateľom
Vzniká:

- 1) na základe písomnej pracovnej zmluvy
- 2) vymenovaním do funkcie
- 3) voľbou - členovia vlády, poslanci NRSR, primátor, starostovia...

1) na základe písomnej zmluvy:

- musí byť uzákonená písomne
- musí byť vyhotovená v dvoch exemplároch
- podľa Zákonníka práce musí obsahovať pracovná zmluva určité povinné náležitosti (inak je neplatná) povinné náležitosti pracovnej zmluvy:
 - o druh práce, na ktorú sa zamestnanec prijíma (aj stručná charakteristika)
 - o miesto výkonu práce
 - o deň nástupu do práce
 - o mzdové podmienky

Okrem týchto povinných náležitostí pracovná zmluva môže obsahovať aj niektoré ďalšie náležitosti:

- či je pomer uzavretý na dobu určitú alebo neurčitú (pokiaľ je pracovný pomer uzavretý na dobu určitú, možno ho predĺžiť, resp. opätovne dohodnúť na 3 roky)
- skúšobná doba - max. 3 mesiace - nesmie sa predlžovať
- pracovná doba - (jej dĺžka - či sa bude pracovať na zmeny, či bude pravidelný alebo nepravidelný režim pracovného času)
- moderné režimy pracovného času (pružný prac. čas)

Zmeny pracovného pomeru:

- a) preradenie na inú prácu zo zdravotných dôvodov
 - ak pracovník dlhodobo stratil spôsobilosť zo zdravotných dôvodov vykonávať danú prácu (choroby z povolania, baníci, tehotné ženy)
- b) preradenie na inú prácu z dôvodu začatia trestného konania voči pracovníkovi
 - (pokladnička v pokladni má zistené manko, pokiaľ nie je skončené trestné konanie, je preradená na inú prácu...)
- c) preloženie pracovníka na iné miesto výkonu práce, ako bolo dohodnuté v zmluve (len so súhlasom pracovníka)
- d) pridelenie na prácu v inom podniku (len so súhlasom pracovníka)

Skončenie pracovného pomeru:

1. dohodou

- písomná forma, podľa nej sa zamestnávateľ i zamestnanec dohodnú o skončení pracovného pomeru k určitému dňu (podpis zamestnanca i zamestnávateľa - ak má zamestnanec inú prácu)

2. *výpoveďou(jednostranný právny akt, písomná forma)*

- výpoveď zo strany zamestnanca - zamestnanec môže dať výpoveď z akýchkoľvek dôvodov, resp. nemusí uvádzať dôvody vo výpovedi
- výpoveď zo strany zamestnávateľa - zamestnávateľ môže dať výpoveď len z tých dôvodov, ktoré sú presne určené v Zákonníku práce:
 - ak sa ruší alebo premiestni organizácie alebo jej časť
 - ak sa zamestnanec stane nadbytočným z dôvodu organizačných zmien
 - ak zamestnanec vzhľadom na svoj zdravotný stav stratil spôsobilosť vykonávať danú prácu a organizácia nemá pre neho inú prácu
 - ak pracovník neuspokojivo plní pracovné úlohy a zamestnávateľ ho v posledných šiestich mesiacoch písomne vyzval na odstránenie nedostatkov a zamestnanec ich v primeranom čase neodstránil
- Výpovedná lehota:
 - základná výpovedná lehota je 2 mesiace, zamestnanci, ktorí odpracovali u zamestnávateľa najmenej 5 rokov, majú 3 mesačnú výpovednú lehodu
 - začína plynúť prvým dňom nasledujúceho mesiaca po jej doručení
- Zákaz výpovede:
 - keď je zamestnanec uznaný dočasne PN
 - v dobe, keď je zamestnankyňa tehotná, resp. na materskej dovolenke
 - pokiaľ je zamestnanec povolaný na službu v ozbrojených silách
 - v dobe, keď je zamestnanec plne uvoľnený na výkon verejnej funkcie

3. *okamžitým zrušením*

- písomnou formou
- jednostranný právny akt
 - a) zo strany zamestnanca
 - ak je zamestnanec ohrozený na živote alebo na zdraví
 - ak mu zamestnávateľ nevyplatil mzdu do 15 dní od uplynutia jej splatnosti
 - ak zamestnanec podľa lekárskeho posudku nemôže ďalej vykonávať danú prácu a zamestnávateľ ho nepreradil do 15 dní od predloženia lekárskeho posudku na inú prácu
 - Zamestnanec, ktorý okamžite skončil pracovný pomer, má nárok na náhradu mzdy vo výške jeho priemerného mesačného zárobku za výpovednú dobu dvoch mesiacov.
 - b) zo strany zamestnávateľa

- ak bol zamestnanec právoplatne odsúdený pre úmyselný trestný čin
 - k zamestnanec porušil závažne pracovnú disciplínu
- Za okamžité zrušenie pracovného pomeru sa považuje deň písomného doručenia oznámenia. Zamestnávateľ nemôže okamžite zrušiť pracovný pomer s tehotnou zamestnankyňou, s pracovníčkou na mat. dovolenke, resp. s osamelou pracovníčkou alebo pracovníkom, ktorý sa stará o dieťa mladšie ako 3 roky
4. *zrušením v skúšobnom čase*
- v skúšobnej dobe môže zamestnávateľ, ale aj zamestnanec skončiť pracovný pomer písomne z akéhokoľvek dôvodu alebo bez uvedenia dôvodu
 - písomné oznámenie o skončení pracovného pomeru sa má doručiť druhému účastníkovi aspoň 3 dni pred dňom, keď sa má pracovný pomer skončiť
5. *uplynutím dohodnutého času (pri prac. pomere na dobu určitú)*
- pracovný pomer končí uplynutím lehoty, ktorá je uvedená v pracovnej zmluve
 - Ak zamestnanec pokračuje po uplynutí dohodnutej doby s vedomím zamestnávateľa ďalej vo svojej práci, potom platí, že sa tento pracovný pomer zmenil na pracovný pomer uzavretý na dobu neurčitú.
6. *smrťou pracovníka, resp. odchodom do dôchodku*
7. *zánikom organizácie, ktorá zamestnala pracovníka*

Účasť zástupcov zamestnanca pri skončení pracovného pomeru:

- výpoveď, alebo okamžité skončenie pracovného pomeru zo strany zamestnávateľa je zamestnávateľ povinný vopred prerokovať zo zástupcami zamestnancov, inak je neplatná. (odborové orgány, rada zamestnancov)

11.3 Mzda a odmeňovanie pracovníkov

Mzda je peňažné plnenie alebo plnenie peňažnej hodnoty (naturálna mzda) poskytnuté zamestnávateľom zamestnancovi za prácu.

Formy miezd

- Peňažná,
- naturálna,
- kombinovaná.

Podľa spôsobu výpočtu sa mzda delí na

- Časovú,
- úkolovú,
- podielovú,
- zmiešanú.

Peňažné odmeňovanie sa realizuje na základe zákonov

- Zákonník práce,
- Zákon o verejnej službe (štátnej službe),
- ďalšie právne normy.

Funkcie mzdy:

1. ekonomické
 - a) národohospodárska
 - b) podnikovo-hospodárska – nákladová a stimulačná
2. sociálne
 - a) ekonomická národohospodárska - ekonomická funkcia
 - sleduje makroekonomické vzťahy, najmä vo väzbe na tovarovo-peňažnú rovnováhu a infláciu vyrobených tovarov a služieb peňazí v obehu
 - nedodržanie týchto vzťahov znamená inflačný produkt práce (PP)
 - vyplatených miezd vývoj v ekonomike
 - b) ekonomická podnikovo-hospodárska funkcia
 - nákladová - spočíva v tom, že mzda ako cena práce ovplyvňuje celkovú výšku nákladov v podniku
 - stimulačná (motivačná) - súvisí s využívaním pôsobenia mzdy na pracovnú aktivitu (zvyšovanie mzdy motivuje pracovníkov k vyššiemu pracovnému výkonu)

Odmeňovanie pracovníkov:

Vychádza z podstaty a funkcií mzdy v trhovej ekonomike a má 2 oblasti:

1. tvorba celkového objemu prostriedkov na mzdy
 - Štát využívaním sociálnej a národohospodárskej ekonomickej funkcie mzdy vypracúva pravidlá pre jednotlivé obdobia, z ktorých vychádzajú podniky pri tvorbe mzdových prostriedkov. V sociálne orientovaných trhovách ekonomikách je všeobecne rozšírená prax vyjednávania tzv. sociálnych partnerov (zamestnávateľov a zamestnancov reprezentovaný odborovými organizáciami alebo zamestnávateľskou radou). Na tomto vyjednávaní sa dohodnú základné pravidlá, pre tvorbu mzdových prostriedkov na podnikovej úrovni ako aj na určovanie individuálnych miezd.
2. rozdeľovanie týchto prostriedkov prostredníctvom individuálnych miezd pracovníkov
 - Základnou zásadou pri určovaní individuálnych miezd je zásada spravodlivosti.
 - Pri určovaní výšky individuálnej mzdy sú rozhodujúce dve skutočnosti:
 - namáhavosť práce - telesná a duševná
 - pracovný výkon - výsledky práce

Podobne, ako pri tvorbe mzdových prostriedkov, aj pri určovaní individuálnych miezd musí podnik rešpektovať určité právne normy alebo iné záväzné dokumenty, napr. generálnu dohodu, resp. kolektívnu zmluvu (ako dokument z jednaní sociálnych partnerov = vlády, odbory, zamestnávateľa)

Základom pre stanovenie konkrétnej výšky individuálnej mzdy pracovníkov je zaraďovanie pracovných miezd do katalógov práce a určenie mzdovej tarify pre katalógové

stupne, do ktorých sú pracovné miesta zaradené. Mzdové tarify bývajú určené buď ako hodinové alebo ako mesačné.

Mzdové formy

V mzdovej praxi sa využívajú rôzne formy miezd.

ČASOVÁ MZDA

Predstavuje odmeňovanie *na základe odpracovaného času*. Je to najpoužívanejšia a najjednoduchšia forma mzdy. Uplatňuje sa najmä tam, kde nie je normovaný pracovný výkon, alebo kde by zavedenie inej formy mohlo ohroziť zdravie zamestnancov alebo kvalitu výroby. Nevýhodou je, že nemotivuje k vyššiemu výkonu, preto je vhodné uplatniť doplnkovú formu. Pri určovaní časovej mzdy musíme poznať: odpracovaný čas mzdovú tarifu (MT) – môže byť stanovená ako hodinová mzdová tarifa (robotníci vo výrobe) alebo ako mesačná mzdová tarifa (zamestnanci v administratíve)

Časovú tarifu vypočítame:

1. Na základe hodinovej mzdovej tarify: Časová mzda = odpracovaný čas x mzdová tarifa
2. Na základe mesačnej mzdovej tarify Ak sa uplatňuje mesačná MT, mesačný zárobok sa vypláca v plnej výške, aj keď sa mení počet dní v jednotlivých mesiacoch, ak zamestnanec neodpracoval plný počet pracovných dní (napr. bol PN), postupuje sa podľa výpočtu: mesačná mzda x počet odpracovaných dní

ÚKOLOVÁ MZDA

Označuje sa aj výkonová mzda a závisí od skutočného výkonu zamestnanca. Používa sa pri odmeňovaní zamestnancov, ktorých výkon možno merať pomocou noriem. Výkonové normy určujú, aké množstvo práce musí zamestnanec vykonať za určitý čas. Na výpočet úkolovej mzdy potrebujeme poznať: úkolovú sadzbu za jednotku výkonu skutočný výkon

$ÚM = \text{úkolová sadzba za jednotku výkonu} \times \text{výkon}$

Úkolovú sadzbu vypočítame:

a) *na základe výkonovej normy množstva* $MT \text{ } ÚS = \text{-----} \times \text{výkonová norma množstva}$

b) *na základe výkonovej normy času* $MT \text{ } ÚS = \text{-----} \times \text{výkonová norma času}$

PODIELOVÁ MZDA

Predstavuje odmenu za podiel zamestnanca na výrobe alebo predaji statkov a služieb. Nemeria sa množstvom, ale podielom z výkonu. Stanový sa *určitým percentom z tržby* (mzda predavača, poisťovacieho agenta), napr. 10% z dosiahnutej tržby. Je výhodná pre zamestnanca, ak dosahuje pravidelne vysoké tržby, keďže tržby kolíšu častejšie sa používa kombinovaná mzda.

KOMBINOVANÁ MZDA Spája výhody časovej, úkolovej a podielovej mzdy. Predstavuje kombináciu:

- časovej a úkolovej kombinácie
- časovej a podielovej kombinácie

ZMLUVNÁ MZDA

Nazýva sa aj manažérska mzda. Používa sa u vedúcich zamestnancov. Určuje sa na základe dohody medzi zamestnávateľom a zamestnancom. Závisí od charakteru práce, ako aj od situácie na trhu práce.

NATURÁLNA MZDA

Môže sa poskytovať len so súhlasom zamestnanca ako časť mzdy formou výrobkov/služieb (poľnohospodársky produkt). Nemôžu to byť liehoviny ani iné návykové látky. Pri jej uplatnení musí zamestnanec dostať v peniazoch mzdu do výšky minimálnej mzdy.

DOPLNKOVÉ FORMY MZDY

Doplňajú základnú mzdu a môžu mať výrazný stimulačný účinok. Majú za cieľ podnecovať zamestnancov k individuálnym výsledkom alebo výsledkom práve kolektívu.

1. PRÉMIE – sú závislé na splnení vopred stanovených ukazovateľov. Môžu byť stanovené v % alebo pevnou čiastkou. Môžu byť mesačné, štvrt'ročné, ročné.
2. ODMENY – poskytujú sa za mimoriadne práce(inventúry). Môžu sa vyplácať riadne odmeny (mesačné, ročné) a mimoriadne odmeny(jednorazové).
3. OSOBNÉ OHODNOTENIE – presadzuje sa pri ňom princíp zásluhovosti. Zvyčajne je určené percentuálne k časovej mzde. Môžu byť aj krátené, resp. celkom odobraté pri nesplnení podmienok.
4. PODIELY NA VH (tzv. trinásty plat) – vyplácajú sa, ak podnik dosiahne zisk, podľa vopred stanovených kritérií. ZJEDNODUŠENÁ SCHÉMA VÝPOČTU ČISTEJ MZDY

Úloha pre žiakov

Pracovný list

Doplňte: Pred uzatvorením pracovnej zmluvy je dôležitá

Zamestnávateľ nás pred prijatím do zamestnania musí oboznámiť s: právami a,
s a podmienkami. Pracovnoprávny vzťah vzniká
najčastejšie..... V tomto prípade ide

2. *Napište, prečo je dôležité v pracovnej zmluve uvádzať:*

druh práce:

miesto výkonu práce:

deň nástupu do práce:.....

3. *Napište, ktoré ďalšie podmienky sa môžu uviesť v pracovnej zmluve:*

.....
.....

4. *Rozhodnite, či v pracovnej zmluve je správne uvedené:*

Deň nástupu do práce: 1. 10. 2014

Pracovná zmluva uzatvorená dňa: 3. 10. 2014

Svoje rozhodnutie písomne zdôvodnite:

.....
.....

• *Doplňte:* Pracovný pomer sa uzatvára na dobu určitú ak

.....

• *Napište, aká doba (určitá alebo neurčitá) je pre zamestnanca vhodná. Svoj výber písomne zdôvodnite.*.....

.....

• *Napište, kedy je výhodné pre zamestnávateľa uzatvoriť pracovný pomer na kratší pracovný čas.*

Zdôvodnite prečo:.....

• *Doplňte:* Okrem pracovnej zmluvy sa môže pracovný pomer uzatvoriť aj formou

.....

• *Doplňte:* Medzi povinnosti zamestnávateľa vyplývajúce z pracovného pomeru patrí: prideľovať..... prácu podľa, mu za finančnú odmenu, podmienky na plnenie, dodržiavať ostatné podmienky. Medzi povinnosti zamestnanca patrí: vykonávať prácu podľa v určenom....., dodržiavať, dodržiavať bezpečnosti pri práci.

1. Osamelý zamestnanec neočakávane ochorel. Nenastúpil v utorok do práce a nemal možnosť oznámiť to zamestnávateľovi. Písomne analyzujte, či ide o porušenie pracovnej disciplíny.

2. Práva a povinnosti zamestnávateľa a zamestnanca sú uvedené v organizácie, ide o smernicu, ktorá je vypracovaná na základe § práce.

12. MARKETING

Marketing, pojem marketing môžeme chápať v rôznych významoch, ale v každom nachádzame jeho podstatu – a to je zákazník a jeho potreby

- 1) **Marketing ako cudzie slovo** – je anglický výraz, ktorý sa nedá doslovne preložiť
 - skladá sa zo slov: Themarket = trh, trhovisko, koncovka - ing = vyjadruje priebeh, činnosť, dej
 - z prekladu vyplýva, že slovo marketing je odborný názov pre súhrn činností, ktoré súvisia s trhom
 - Je potrebné rozlišovať pojem marketing:
 - v starom význame bol vnímaný ako „schopnosť presvedčiť a predat“
 - v novom význame chápeme ako „uspokojovanie potrieb zákazníka“
- 2) **Marketing ako vedná disciplína**
 - je učebný predmet špecifickej vednej disciplíny, kde sa ískavajú poznatky o tom, ako sa správať či vyjednávať na trhu, bez ohľadu na to, či sme predávajúci alebo kupujúci
- 3) **Marketing ako podniková funkcia**
 - je útvarom, oddelením podniku, ktoré plní špecifické funkcie

Prvotným heslom marketingu je orientácia na zákazníka a uspokojovanie jeho potrieb. Od tejto orientácie sa potom odvíja aj cieľ marketingu.

Cieľ marketingu je dodať správny výrobok, správne mu spotrebiteľovi, v správnom čase, v správnom množstve, v správnej kvalite, na správne miesto a za správnu cenu

Úlohy a funkcie marketingu

V súčasnosti sa marketing stal kľúčom podnikateľského úspechu, úspešné sú tie podniky, ktoré najlepšie dokážu pochopiť predstavy a želania zákazníkov. Dôležitou úlohou pre marketing podniku je **rovnováha medzi cieľmi a možnosťami podniku**.

Za základné úlohy marketingu sa považujú tieto činnosti:

1. predvídať dopyt, prania a želania zákazníkov
2. plánovať efektívny rozvoj výroby a inováciou produkcie
3. zabezpečiť informovanosť zákazníkov o vlastnostiach, použití a účelnosti produktov
4. organizovať výmenu, transakcie a zmenu vlastníckych práv produktov
5. zabezpečiť fyzickú distribúciu výrobkov z miesta výroby na miesta spotreby

Funkcie marketingu:

1. Vytrvalo pracovať na uspokojovaní potrieb zákazníkov, získaní ich dôvery o maximálnom úsilí firmy.
2. Ustavične hľadať skutočné zdokonaľovanie výrobku a marketingu.
3. Využívať čo najviac svojich zdrojov na také marketingové investície, ktoré vytvárajú hodnoty.
4. Definovať svoje spoločenské poslanie.

5. Vyvíjať produkty, ktoré poskytujú nielen bezprostredné uspokojenie (obľúbené produkty), ale aj dlhodobý úžitok (zdravé a prospešné produkty)
6. Uplatňovať vysoko morálne a mravné kritéria v marketingovej činnosti

12.1 Marketingové stratégie

Pod pojmom stratégia musíme rozumieť takú kombináciu marketingových činností, ktorá je najvhodnejšia pre výrobu a predaj výrobkov alebo služieb z aspektu ich efektívneho uplatnenia na trhu. Mala by smerovať k vytvoreniu zhody medzi cieľmi a zdrojmi podniku na jednej strane a príležitosťami a obmedzeniami, ktoré prináša trh na strane druhej. Marketingová stratégia je dlhodobá koncepcia činnosti podniku v oblasti marketingu. Má za úlohu splniť dva ciele: uspokojiť zákazníka a dosiahnuť výhodu v konkurenčnom boji. Optimálna marketingová stratégia nie je jednorazová a jednoznačne definovaná činnosť. Ide o proces, v ktorom sa niečo neustále hľadá a koriguje, vzhľadom k meniacim sa podmienkam na trhu.

Základné marketingové stratégie:

1. **Stratégia využitia trhu** – podnik sa snaží posilniť svoje postavenie na doterajších trhoch s doterajšími produktmi. Zvýšenie odbytu chce dosiahnuť napr. zvyšovaním výdavkov na reklamu, konkurovaním cenou, lepšími službami zákazníkom...
2. **Stratégia rozšírenia trhu** – je zameraná za získavanie nových trhov pre doterajšie produkty (napr. slovenský výrobca chce predávať svoje výrobky aj na rakúskom trhu).
3. **Stratégia diferenciacie produktov** – podnik ponúka nové produkty na doterajších trhoch. Súčasťou môže byť aj sťahovanie zastaraných produktov z trhu (napr. mobilní operátori ponúkajú stále nové produkty).
4. **Stratégia diverzifikácie produktov aj trhov** – je kombináciou stratégie rozšírenia trhu a stratégie diferenciacie produktov. Podnik chce získať s novými produktmi nové trhy, ide o tzv. **útočnú stratégiu**.

Marketingový mix

Pojem **marketingový mix** (v slovenčine je zaužívaný termín marketingový mix, v angličtine Marketing Mix alebo Marketing Tools). Jeho vznik bol determinovaný potrebou zo strany odborníkov pokúsiť sa zostaviť súbor určitých nástrojov, ktoré by umožnili jeho používateľom rýchlejšiu a ľahšiu orientáciu a umožňoval by im poznať možnosti a obmedzenia jeho jednotlivých prvkov. Výsledok správneho nastavenia marketingového mixu je (ako v prípade cakemixu) založený na vhodnej kombinácii jeho jednotlivých zložiek a ich systematickom vylepšovaní

Zložky MM - 4P, resp. 4C

4P – pohľad predávajúceho

- Product (Produkt)
- Price (Cena)
- Place (Miesto a distribúcia)
- Promotion (marketingová komunikácia)

4C – pohľad zákazníka

- Customer need and wants (Potreby a prania)
- Cost (Náklady na strane zákazníka)
- Convenience (Dostupnosť)
- Communication (Komunikácia)

Marketingový mix je súbor taktických marketingových nástrojov, ktoré podnik používa k úprave ponuky podľa cieľových trhov

Marketingový mix

- prostriedok realizácie dlhodobých i krátkodobých cieľov podniku
- možno ich ovplyvňovať, modifikovať a kontrolovať za účelom dosiahnutia maximálneho uspokojenia zákazníkov a konkurenčnej výhody,
- v praxi ich nie je možné používať izolovane, ale vždy len ich kombináciu, musia byť však vo vzájomnom súlade,
- podnik ich musí namiešať v správnom pomere, aby vyvolal takú reakciu na trhu, ktorá by bola v zhode s jeho cieľmi,

Kontrakčná politika podniku

Označuje sa aj ako obchodná politika podniku v oblasti úhrad za realizované výkony. Marketingové nástroje, ktoré sa spájajú s kontrakčnou politikou sa týkajú obchodných podmienok. Najdôležitejšou obchodnou podmienkou je cena. Cena sa tvorí podľa nákladov, dopytu a konkurencie. Cena je výsledkom pôsobenia ponuky a dopytu, ale aj náklady majú dôležitú úlohu.

Tvorba ceny podľa nákladov:

- analytické metódy - zameriavajú sa na určenie minimálnej ceny, tzv. dolného limitu ceny, pri ktorej síce podnik nedosahuje zisk, ale nie je ani stratový. Táto metóda sa zakladá na princípe analýzy nulového bodu (kritický bod rentability), tento bod predstavuje rovnováhu výnosov a nákladov, pri ktorom podnik nedosahuje zisk ani stratu.
- prirážkové metódy - sú jednoduchšie. Podstata spočíva vo vyčíslení nákladov na jednotku výrobku, ku ktorým sa pripočítava prirážka na zisk (v %).

Tvorba ceny podľa dopytu - musíme poznať veľkosť dopytu a citlivosť dopytu na zmeny ceny. v podnikovej cenotvorbe dopyt na zmenu ceny je rozdielny, ide o tzv. elasticitu dopytu, ktorý môže byť:

- úplne elastický dopyt - zmenou ceny možno predávať neobmedzené množstvo tovar
- úplne neelastický dopyt - zmena ceny neovplyvní množstvo predávaného tovaru.

Tvorba ceny podľa konkurencie - cena je dôležitou obchodnou podmienkou. Okrem ceny predaj ovplyvňujú aj ďalšie obchodné podmienky - rabaty, dodacie a platobné podmienky, financovanie odbytu.

Rabat - cenová zľava za určitých predpokladov:

- naturálny (množstevný) - je množstvo tovaru, ktoré dostáva zákazník za určitých podmienok navyše – zadarmo
- funkčný - ak má výrobca pevne stanovenú predajnú cenu musí poskytnúť rabat obchodnej organizácii, ktorá predaj realizuje
- časový - býva pri zavádzaní výrobku na trh alebo sezónny - ide o zľavu na obmedzený čas
- vernostný - býva poskytnutý stálym zákazníkom.

Distribučná (odbytová) politika

Je spôsob, ako sa dostanú produkty od výrobcov k zákazníkom. Skladá sa z 2 etáp:

1. **Expedičnej etapy** – zahŕňa všetky činnosti potrebné na expedíciu produktov až do ich prevzatia dopravcom
2. **Prepravnej etapy** – začína prevzatím produktov na prepravu a končí ich dodaním na určené miesto

Distribučná cesta rieši tieto zákl. stránky:

- Fyzickú – fyzické premiestnenie tovaru
- Právnu – prevod vlastníctva k tovaru
- Finančnú – platby za tovar
- Komunikačnú – poskytuje informácie o tovare

Priama distribučná cesta – podnik nepoužíva pri odbyte svojich produktov žiadneho sprostredkovateľa. Zákazník dostáva produkty priamo od výrobcu.

Výhodné je dodávať:

- kusové výrobky, zariadenia a výrobky investičného charakteru
- výrobky sériovej a hromadnej výroby, kt. sa dodávajú vo väčších množstvách malému počtu odberateľov...

Nepriama distribučná cesta – medzi výrobcov a zákazníkov vstupujú sprostredkovatelia, najčastejšie veľkoobchodníci a maloobchodníci. Zákazník nedostane výrobky priamo od výrobcu, ale prostredníctvom ďalšej organizácie.

Výhodné je dodávať napr. výrobky sériovej a hromadnej výroby, kt. sú:

- vhodné na skladovanie vo väčších množstvách a určené pre väčší počet odb., rozmiestnených do mnohých oblastí
- vyrábané v mnohých druhoch, kt. je potrebné kompletizovať s inými výrobkami
- štandardné a nie je potrebná odborná služba a technická pomoc výrobcu.

Distribučné orgány – sú osoby al. organizácie, kt. vykonávajú premiestňovanie produktov.

1. Tradičné distribučné orgány

- a) Pri priamom predaji – veľtrhy, predajcovia, predajné automaty, obchodní zástupcovia...
 - b) Pri nepriamom predaji– veľkoobchod, maloobchod
2. **Nové distribučné orgány** – priamy marketing, direct mail, teshopping, elektronický obchod...

Výrobová politika

Životný cyklus výrobku

- **Vývoj nového produktu**
 - začína nápadom vyrobiť nový produkt
 - produkt je vo vývoji, nepredáva sa, neprináša zisk
 - zvyšujú sa náklady na výskum, vývoj, vyhotovenie prototypu...
- **Fáza uvedenia na trh**
 - predaj produktu sa len začína, obrat je malý
 - tržby z predaja nepokrývajú náklady na výrobu a predaj produktu
 - fáza trvá dovtedy, kým podnik nedosiahne zisk
- **Fáza rastu predaja**
 - prudký rast objemu predaja
 - rastie aj obrat a zvyšuje sa dosiahnutý zisk
 - rastom obratu a zisku zvyšuje sa aj konkurencia, ktorá tiež začne vyrábať daný produkt
 - tým sa fáza prudkého rastu obratu a zisku väčšinou končí
- **Fáza zrelosti (dospelosti)**
 - rast konkurencie
 - obrat rastie, ale tempo rastu obratu sa spomaľuje
 - ponuka produktov na trhu je väčšia ako dopyt po nich
 - výrobcovia musia znižovať ceny, zvýšiť výdavky na reklamu, podporu predaja...
 - obrat ešte mierne rastie, ale celkový zisk klesá
 - postupne prestáva rásť obrat aj absolútne
 - fáza končí stagnáciou obratu
- **Fáza nasýtenosti**
 - dopyt po produktoch stagnuje a obrat klesá
 - fáza trvá dovtedy, kým sa neponúkne na trhu nový produkt, kt. uspokojí danú potrebu lepšie
- **Fáza útlmu (starnutia)**
 - nový produkt vytláča starý z trhu
 - klesá predaj pôvodného produktu, jeho podiel na trhu
 - klesá obrat
 - podnik dosahuje stratu
 - musí vyradiť pôvodný produkt z výrobného programu a stiahnuť ho z trhu, al. sa pokúsi o takú zmenu produktu, kt. ho znovu vráti na trh.

13. MANAŽMENT

Slovo manažment pochádza z anglického slova „manage“- riadiť, viesť, vládnuť, dosiahnuť. Často sa stretáme aj so skratkou CEO (chiefexecutiveofficer), ktorá označuje vrcholového vedúceho v danej organizácii. Takže slovo manažment má viacero významov a veľa rôznych interpretácií, ktoré môžeme zhrnúť do troch základných skupín:

- 1) manažment je špecifická aktivita a vo všeobecnosti ho môžeme charakterizovať ako súhrn všetkých činností, ktoré je potrebné vykonať, aby bola zabezpečená funkcia organizácie
- 2) manažmentom označujeme skupinu riadiacich pracovníkov (najčastejšie sa stretávame s výrazom top manažment, ktorý označuje najvyššieho riadiaceho pracovníka (alebo pracovníkov) organizácie
- 3) manažment je aj vedná disciplína, ktorá sa v súčasnosti študuje na vysokých školách ako samostatný predmet

Manažment, čiže riadenie predstavuje v súčasnej dobe značne špecializovanú činnosť, bez ktorej sa nezaobíde žiaden väčší organizačný celok. Nutnosť riadenia sa stáva realitou každodenného života, či už ide o rodinu, zamestnanie, záujmovú činnosť alebo vzdelávanie. S manažmentom sa stretávame v podnikoch, na školách, v zdravotníctve a samozrejme aj v kultúrnych inštitúciách.

Manažéri tvoria riadiaci aparát a vykonávajú tieto základné charakteristické úlohy (manažérske úlohy):

- plánovanie,
- organizovanie,
- rozhodovanie,
- kontrola.

13.1 Manažérske funkcie

PLÁNOVANIE

Plánovanie predstavuje proces vytyčovania cieľov, určovania prostriedkov a ciest na ich dosiahnutie.

Ciele – budúce stavy, ktoré chceme dosiahnuť k určitému vymedzenému termínu. Majú byť vecne vymedzené, kvantifikovateľné a časovo ohraničené. Ciele členíme z viacerých hľadísk:

- z časového hľadiska:
 - o dlhodobé,
 - o krátkodobé.

- podľa organizačného stupňa:
 - o ciele podniku,
 - o ciele divízie,
 - o ciele oddelenia,
 - o ciele dielne,
- podľa funkčných oblastí:
 - o výskumno-vývojové,
 - o marketingové,
 - o výrobné,
 - o finančné a i.

Podnik si stanoví vrcholný cieľ, od ktorého sa odvíjajú čiastkové ciele. Vrcholným cieľom podniku môže byť napríklad:

- prežitie podniku – udržanie si dlhodobej platobnej schopnosti (t.j. schopnosť hradiť v požadovanom čase záväzky podniku).
- rentabilita kapitálu – vzťah zisku k vloženému kapitálu, t.j. výnosnosť kapitálu.
- rast podielu na trhu – zlepšenie postavenia podniku na trhu a jeho možnosti ovplyvniť úroveň cien, inovačné procesy, kvalitu.

Podnikové ciele delíme (podľa obsahu) na:

- 1) sociálne – zamerané na sociálne aspekty, napr. spravodlivé ocenenie práce, lepšie pracovné podmienky a pod.,
- 2) hospodárske ciele:
 - výkonové – napr. podiel na trhu,
 - ekonomické – napr. objem obratu, zisk,
 - finančné – napr. platobná schopnosť,

Prostriedky na dosiahnutie cieľov:

- pracovné – ľudské zdroje,
- materiálové – suroviny, materiál,
- kapacitné – stroje, zariadenia, technológie,
- finančné – vstupný kapitál, zisk.

ORGANIZOVANIE

Je premena plánov na konkrétnu činnosť. Je to funkcia riadenia, ktorej úlohou je stanoviť a zabezpečiť činnosti, ako aj vzájomné vzťahy ľudí pri plnení cieľov

Pomocou organizovania sa:

- stanovujú činnosti
- rozdeľujú úlohy
- priradujú činnosti do organizačných jednotiek
- stanovuje právomoc a zodpovednosť
- tvoria vzťahy nadriadenosti a podriadenosti
- zabezpečuje koordinácia

Proces organizovania vyjadruje tzv. systém OSCAR:

- pri organizovaní je dôležité zvládnuť tieto navzájom prepojené veci:
 - poslaním organizovania je zabezpečiť Ciele - Objektive O
 - na tento účel sa využíva proces delby práce – Špecializácia -Specialization S
 - na zosúladenie práce ľudí, kolektívov je potrebná Kooperácia - Coordination C
 - poriadok a spôsob vykonávania činnosti uľahčuje Právomoc -Authority A
 - za splnenie pridelených úloh nesú pracovníci Zodpovednosť -Responsibility R

ROZHODOVANIE

- je voľba medzi alternatívami
- voľba môže prebiehať vo forme intuitívneho rozhodovania alebo vedomého, racionálneho rozhodovania
- bez rozhodovania by sme nemohli zostaviť plán, zvoliť si organizačnú štruktúru alebo vhodnú motiváciu

Etapy rozhodovacieho procesu:

- definovanie problému - rozdiel medzi skutočnosťou a plánom, informácie z externého prostredia (nespokojnosť zákazníkov)
- stanovenie alternatív - proti problému hľadáme alternatívy, treba zhromaždiť všetky informácie z vonkajšieho aj vnútorného prostredia a brať do úvahy všetky dôsledky a súvislosti
- hodnotenie alternatív - alternatívy vzájomne porovnávame, vyhodnocujeme, aké priaznivé alebo nepriaznivé výsledky budú prinášať
- výber vhodnej alternatívy - výber je dôležitý, aby sme dosiahli správny cieľ, výsledkom tohto procesu je rozhodovanie, rozhodovanie nie je cieľom, ale prostriedkom, ako sa k cieľu dostať, vyberáme tú najefektívnejšiu a to znamená takú, pri ktorej je najväčšia šanca dosiahnuť cieľ s najmenšími nákladmi a najväčším ziskom
- uskutočňovanie rozhodnutia - nasleduje jeho realizácia - uskutočňuje sa vybraná alternatíva
- kontrola a vyhodnotenie - ak sa skutočné výsledky odlišujú od plánovaných vzniká dôvod na zmenu alternatív alebo zmenu jej realizácie

Typy manažérskych rozhodnutí :

- programové - pri riešení používame opakovaný, bežný postup
- neprogramové - používajú sa pre špecifické problémy, ktoré sa v minulosti nevyskytovali, sú dôležité alebo zložité, vyžadujú odlišné riešenie (zvyčajne od vrcholových manažérov)

KONTROLOVANIE

- završuje celkový proces riadenia
- je úzko spätá s plánovaním a zároveň rozhodovaním
- súvisí aj s informáciami

Tri typy vstupných informácií:

- z okolia, ktoré ma charakter všeobecne platných noriem alebo predpisov
- z plánov, ktoré opisujú predpokladané výstupy a ciele jednotlivých podnikových útvarov
- o skutočnom priebehu výroby a iných súvisiacich činností

Hlavné znaky kontroly:

- je potrebná na meranie a zhodnotenie výkonnosti organizácie a jej častí
- predstavuje dynamický a stále prebiehajúci proces
- týka sa všetkých stránok organizácie
- kontrolný proces v organizácii je rovnaký bez ohľadu na to, čo je jeho objektom a kto ho vykonáva

Úlohou kontroly je:

- zisťovanie skutočného vývoja podniku a zistenie konečného výsledku
- porovnávanie skutočného vývoja s plánovaným vývojom, zisťovanie prípadných odchýlok a ich príčin
- vyvodzovanie záverov pre ďalšie rozhodnutie

VEDENIE

- bezprostredné pôsobenie manažérov na podriadených s cieľom dosiahnuť želané správanie
- nadriadený ovplyvňuje podriadených mocou
- je najdôležitejšou oblasťou v riadení
- druhy moci: donucovacia, odmeňovacia, zákonná, odborná, priradená

Štýl vedenia: vzťah vedúceho k podriadenému alebo ku celej skupine

1. autoritatívny
 - manažér trvá na svojich príkazoch za každých okolností, svoje názory presadzuje proti mienke podriadených

- uplatňuje prísny organizovaný postup, hierarchiu funkcií, postup zhora na základe moci
- 2. participatívny
 - založený na aktívnej účasti všetkých pracovníkov, medzi manažérom a podriadeným prevláda vzájomná dôvera
 - do rozhodovania sa zapájajú podľa odbornosti, podnecuje aktivitu a iniciatívu prac.
- 3. Demokratický
 - manažér sa radí s pracovníkmi, počúva ich mienku, názor, a zároveň si necháva priestor pre vlastné rozhodnutie
 - úspešnosť sa zakladá na dobrovoľnej podriadenosti a sebadisciplíne podr., formálny štýl
- 4. liberálny
 - mäkký prístup manažéra, vyhýba sa nepopulárnym rozhodnutiam, nízka autorita
 - vyhýba sa zodpovednosti a nevyužíva sankcie
 - rozhodnutie ponecháva na podriadených, je tolerantný k chybám a nedostatkom pracovníkov
 - nízka účinnosť

Manažér – za manažéra považujeme pracovníka podniku, ktorý spĺňa tieto charakteristiky:

- riadi prácu a preberá zodpovednosť za výsledky práce iných,
- jeho náplňou práce je v podstate vykonávať riadiace činnosti.

Úrovne manažérov v podniku

- Manažéri prvej línie – sú majstri, vedúci dielní, sú v priamom kontakte s výkonnými pracovníkmi, zodpovedajú za zadávanie úloh.
- Manažéri strednej úrovne – sú to manažéri rôznych závodov, ale aj odborných útvarov (marketingu, výskumu, ...).
- Vrcholoví manažéri – usmerňujú a koordinujú činnosť podniku ako celku. Majú osobitné postavenie a vzťah k vlastníkom podniku. Obvykle ich do funkcie vymenúvajú vlastníci.

Manažéri podľa charakteru vykonávanej činnosti

- Univerzalisti – stoja na čele riadiacich útvarov (riaditeľ podniku, vedúci prevádzky, ...). Nesú zodpovednosť za organizačnú jednotku, ktorú riadia (podnik, dielňa, ...)
- Špecialisti – zameriavajú sa na jednotlivé oblasti a pomáhajú univerzálnym manažérom presadzovať stanovené ciele. Patria sem riaditelia alebo námestníci úsekov (marketing, výroba, ...).

Vlastnosti manažéra

- iniciatívnosť – vynaliezavo a tvorivo stanovovať ciele a vyhľadávať spôsoby na ich dosiahnutie,

- samostatnosť – rozhodovať a konať na základe vlastných úvah,
- rozvážnosť – rozhodovať a konať až po zhodnotení situácie,
- rozhodnosť – vedieť sa rozhodnúť a svoje rozhodnutie realizovať
- cieľavedomosť – cieľavedomá činnosť, ako aj kontrola plnenia stanovených cieľov,
- zodpovednosť – uvedomovať si dôležitosť plnenia úloh a aj ich realizovať,
- zásadovosť – presadzovať spoločenské hodnoty a normy,
- disciplinovanosť – ovládať sa, regulovať svoje správanie,
- vytrvalosť – húževnatosť pri prekonávaní ťažkostí až do dosiahnutia stanoveného cieľa,
- optimizmus – orientovať sa pozitívne na ciele a veriť v úspech,
- fantázia – vytvárať predstavy,
- emocionálna, citová vyrovnanosť – nepodliehať citovým emóciám – hnev, závisť, zlosť, žiarlivosť.

Úloha pre žiakov

Podnikateľ roka

Žiaci sa rozdelia do štvorčlenných skupín. Každá skupina dostane článok o jednom úspešnom podnikateľovi (napríklad vybraní podnikatelia zo súťaže firmy Ernst & Young *Podnikateľ roka*, ktorá je najprestížnejšou súťažou podnikateľov na celom svete). Žiaci si v stanovenom čase prečítajú článok a pripravujú si základnú charakteristiku osobnosti podľa zadanej základnej štruktúry. Štruktúra môže byť vymedzená otázkami:

- *V akej oblasti sa podnikateľ presadil?*
- *Ktoré schopnosti, vedomosti a skúsenosti podnikateľa vytvorili predpoklady na úspešné podnikanie?*
- *Aké sú základné vlastnosti a charakterové črty podnikateľa?*
- *Ktoré kľúčové momenty viedli k úspechu v podnikaní?*
- *Čo musel podnikateľ obetovať, čoho sa musel vzdať, aby dosiahol úspech?*
- *Čo vás na osobnosti zaujalo?*

Následne žiaci každej skupiny predstavia *osobnosť* spolužiakom. Neskôr v diskusii porovnávajú jednotlivé osobnosti, hľadajú ich spoločne znaky a odlišnosti. Spoločne zostavia profil úspešného podnikateľa, ktorý spracujú (formou odrážok, pojmovej mapy alebo krátkej charakteristiky) a vyvesia v učebni na nástenku. Aktivite môže predchádzať domáca úloha, v ktorej žiaci spracujú o osobnosti krátku prezentáciu.

13.2 Kontrolný proces podniku

Kontrolovaním zisťujeme, či činnosti sa uskutočňujú plánovane a bez podstatných odchýlok. Cieľom kontroly je zhodnotiť alebo zmerať kvantitu alebo kvalitu priebežných alebo konečných výsledkov činností a v prípade nežiaducich odchýlok reality od plánovaného stavu prijať príslušné opatrenia na odstránenie týchto odchýlok. Zjednodušene povedané, kontrola porovnáva ciele (plány, štandardy, normy, rozpočty, limity) s dosiahnutým výsledkom.

Kontrolný proces je proces, ktorý ukazuje skutočný výkon, jeho porovnanie oproti štandardu (plánu) a uskutočnenie manažérskych zásahov na odstránenie odchýlok alebo rozdielov od štandardu.

Kontrolný proces sa skladá z troch krokov:

1. meranie skutočného výkonu
2. porovnanie skutočného výkonu so štandard
3. manažérske zásahy na odstránenie odchýlok od štandardu.

Meranie skutočného výkonu

Manažéri najčastejšie používajú štyri hlavné zdroje informácií, aby mohli zistiť skutočný výkon. Sú to:

1. pozorovanie,
2. štatistické správy,
3. písomné správy
4. ústne správy.

Každý z týchto zdrojov informácií má svoje výhody a nevýhody, ale ich vhodnou kombináciou sa zvyčajne pravdepodobnosť správneho hodnotenia reality a zvyšuje sa správnosť meraní výkonu. Napríklad majster používa inú kombináciu zdrojov informácií na kontrolu ako marketingový manažér, v strojárskom podniku sa používajú iné kritériá hodnotenia výkonu ako v banke a podobne.

Meranie výkonu sa môže uskutočniť osobným a neosobným spôsobom. Najjednoduchšie je merať výkon v porovnaní so štandardom na základe osobného pozorovania. Osobné pozorovanie má isté obmedzenie. Keď majú vedúci napríklad veľký počet podriadených a je ťažké alebo nemožné sledovať výkon každého z nich, vtedy sa začínajú zavádzať neosobné kontrolné systémy, napríklad písomná kontrolná správa. Písomná kontrolná správa je napríklad rozpočtová kontrolná správa, kontrolná správa kvality alebo kontrolná správa zásob a podobne.

Porovnanie skutočného stavu výkonu so štandardom. Porovnaním určujeme stupeň odchýlky medzi skutočným výkonom a štandardom. Ak sú značné odchýlky plánovaného stavu od skutočného stavu, potom je potrebné prijať opatrenia na odstránenie týchto odchýlok. Niektoré nepodstatné odchýlky od štandardu možno očakávať pri každej činnosti a pokiaľ významným spôsobom nenarušujú dosahovanie cieľov, možno ich akceptovať.

Manažérske zásahy na odstránenie odchýlok od štandardu. Tretí a posledný krok v kontrolnom procese sú manažérske zásahy na odstránenie odchýlok od bežného štandardu. Manažéri si môžu vybrať tri spôsoby riešenia odchýlok od štandardu: neurobiť nič, odstrániť odchýlku väčším výkonom alebo zmeniť štandard.

Kontrola je dôležitá, pretože je to konečný článok v reťazci manažérskych funkcií: kontrola činností, ako sa naplánovali a kde vznikli podstatné odchýlky i uskutočnenie potrebných zásahov na odstránenie odchýlok (postupnosť manažérskych funkcií: plánovanie, organizovanie, vedenie a kontrola). Prostredníctvom kontroly dostaneme odpoveď, ako sme splnili stanovené ciele.

Typy kontroly

Manažment môže uskutočniť kontrolu pred uskutočnením činností, počas činností alebo po ich ukončení. Podľa tohto rozdelenia sú 3 základné druhy kontroly:

- preventívna kontrola (feedforwardcontrol),
- priebežná kontrola (concurrentcontrol),
- následná kontrola (feedbackcontrol).

Preventívna kontrola je kontrola, ktorá sa snaží predchádzať problémom a včas ich identifikovať. Je orientovaná do budúcnosti. Umožňuje včas odhaľovať už v samom začiatku odchýlky a deformácie v organizácii, a tak zabrániť ich účinkom. Môže ísť o rôzne kontroly začínajúc kontrolou kvality projekčných prác, návrhmi rozpočtov a končiac napríklad lekárskou prehliadkou pri prijímaní nových zamestnancov do zamestnania.

Priebežná kontrola je kontrola počas realizácie činností, napríklad kontrola priamym nadriadeným.

Výsledky priebežnej kontroly sú:

- pozitívna odchýlka (napríklad prekročenie plánu),
- dodržanie plánovanej úrovne
- negatívna odchýlka.

Následná kontrola sa uskutočňuje po realizácii činností. Kontrola konečných výsledkov zväčša slúži na vyvodenie záverov týkajúcich sa úspešnosti alebo neúspešnosti ukončeného procesu (napríklad kontrola ročnej účtovnej uzávierky, konečná kontrola kvality výrobkov). Veľkou nevýhodou tohto druhu kontroly je, že sa robí po ukončení činností a ak vznikla podstatná odchýlka, škoda sa už stala. Ale napriek tomu následná kontrola má dve hlavné výhody oproti preventívnej kontrole:

- následná kontrola poskytuje manažérom informácie, aké efektívne bolo ich plánovanie,
- následná kontrola môže zvýšiť motiváciu zamestnancov, pretože chcú poznať svoj výkon.

Strategické kontrolné procesy

Orientujú sa na kvalitu rozhodovania vrcholového manažmentu a na vzťah k podstatnému okoliu organizácie (zákazníci, dodávatelia, konkurenti, veritelia, dlžníci a štátne orgány). Stredobodom pozornosti je výsledné hospodárenie firmy ako súvaha, účet ziskov a strát /výsledovka/, plnenie rozpočtu, uskutočňovanie vízie organizácie a vyhodnotenia výsledkov realizácie podnikateľskej stratégie organizácie. Strategická kontrola sa zameriava na kontrolu činností organizácie na obdobie viac ako jedného roku.

Operačné kontrolné procesy sa zameriavajú na čiastkové oblasti činnosti organizácie v kratšom časovom horizonte ako strategické kontrolné procesy (menej ako jeden rok). Ide napríklad o kontrolu plynulosti materiálového toku v dielni, kontrolu priemerného času čakania na začiatok obsluhy pre jeden vozík, kontrolu spotreby energie na jednotku produkcie, kontrolu maximálneho času trvania činností a podobne.

Podľa uskutočnenia kontrolných činností: môžeme kontrolu deliť na pravidelná kontrola a nepravidelná kontrola (napríklad daňová kontrola), interná kontrola a externá kontrola.

Okrem uvedeného rozdelenia kontroly existujú aj ďalšie dva základné spôsoby vykonávania kontroly:

- vnútená kontrola,
- sebakontrola.

Vnútená kontrola spočíva na dôslednom dozeraní na podriadených, využívaní formálnych kontrolných nástrojov a na hierarchickej štruktúre kontrolórov. Zamestnanci ju rešpektujú najmä pod vplyvom rôznych stimulov a sankcií.

Samokontrola patrí ku každej činnosti, a teda aj ku každému rozhodovaniu ako jeho vlastná spätná väzba. Jej uplatňovanie zvyšuje úlohu človeka v pracovnom procese, skvalitňuje a zlacňuje riadenie.

14. BANKOVÁ SÚSTAVA SR

Banková sústava – je súhrn bánk pôsobiacich na území určitého štátu

Dvojstupňová banková sústava SR:

1. stupeň – NBS – pôsobí ako centrálna banka
2. stupeň – obchodné banky – vykonávajú obchodnú činnosť

NÁRODNÁ BANKA SLOVENSKA

- je nezávislá centrálna banka Slovenska, banka bánk, banka štátu a emisná banka,
- je to PO so sídlom v BA, nezapisuje sa do OR,
- v majetkoprávných vzťahoch pri nakladaní s vlastným majetkom má postavenie ako podnikateľ, ale nie je komerčne orientovaná,
- pri vydávaní všeobecne záväzných právnych noriem a predpisov má postavenie ako ministerstvá,
- je členom Európskeho systému centrálnych bánk (ESCB),
- od 01. 01. 2009 je členom Eurosystemu.

OBCHODNÉ BANKY

Banka – je PO založená ako a. s. O udelení bankového povolenia rozhoduje NBS v niektorých prípadoch po dohode s ministerstvom financií SR. Právnu úpravu obch. bánk obsahuje Zákon o bankách č. 483/2001 Z. z. v znení neskorších predpisov.

Základné činnosti banky:

- a) poskytovanie úverov
- b) prijímanie vkladov

Vklad /depozit/

- je peňažná suma ktorú vkladateľ za určitú náhradu (úrok) zapožičia banke,
- vklady vrátane úrokov predstavujú záväzok banky voči vkladateľovi,
- úrok je v tomto prípade pre banku nákladom.

Úver

- je dočasné poskytnutie peňažných prostriedkov za určitú náhradu (úrok),
- predstavuje záväzok dlžníka – klienta banky voči banke, zaplatiť dlh vrátane dohodnutého úroku,
- úrok je v tomto prípade pre banku výnosom.

Ďalšie činnosti:

- a) platobný styk a zúčtovanie,
- b) investovanie do cenných papierov na vlastný účet,

- c) obchodovanie na vlastný účet al. účet klienta s finančnými nástrojmi peňažného a kapitálového trhu,
- d) zmenárenská činnosť,
- e) vydávanie a správa platobných prostriedkov – platobné karty, cestovné šeky,
- f) finančný lízing,
- g) poradenské služby,
- h) vykonávanie hypotekárnych obchodov,
- i) poskytovanie záruk a otváranie a potvrdzovanie akreditívov,
- j) vydávanie cenných papierov,
- k) uloženie CP a vecí,
- l) prenájom bezpečnostných schránok.

Členenie obchodných bánk:

- 1) Podľa zamerania
 - a) univerzálne – vykonávajú všetky druhy bank. Činností
 - b) špecializované – zameriavajú sa na určitú geografickú oblasť, klientelu, okruh činností
- 2) Podľa vlastníctva
 - a) Verejné
 - b) Súkromné
 - c) so zmiešaným vlastníctvom

Aktívne operácie obchodných bánk

- zahŕňajú činnosti v dôsledku kt. sa mení objem aktív obch. banky. Banka vystupuje ako veriteľ.
- Rozdelenie aktívnych operácií:
 - o úverové operácie – klasická forma
 - o investičná činnosť bánk – nové formy

14.1 Elektronické bankovníctvo

Elektronické bankovníctvo predstavuje poskytovanie bankových produktov a služieb prostredníctvom elektronických ciest – prijímanie depozitov, požičiavanie, vedenie účtov, fin. poradenstvo, elektronické preplácanie účtov a poskytovanie ďalších elektronických produktov a služieb ako sú elektronické peniaze.

Služby elektronického bankovníctva sú k dispozícii v aktívnej alebo pasívnej forme. Pasívne služby umožňujú získavať informácie všeobecného charakteru alebo konkrétne informácie o svojich účtoch – patria sem napr.: informácie o účte, prehľad transakcií, informačné služby, poskytovanie výpisov z účtu, poskytovanie sadzobníkov, atď.

Aktívne služby umožňujú disponovať prostriedkami na účtoch, realizovať platobné príkazy – patria sem napr.: prevody medzi účtami, online pôžičky, platenie na základe

trvalých príkazov, , nákupy cudzích mien, atď. Realizácia aktívnej služby elektronického bankovníctva je podmienená jednoznačnou identifikáciou klienta.

Základné formy elektronického bankovníctva:

- Homebanking
 - využívanie bankových služieb z domáceho prostredia. Je založený na dátovej komunikácii medzi klientom a bankou prostredníctvom osobného počítača. Klient dostane prístupný kód v podobe alfanumerickej kombinácie alebo elektronického kľúča. Umožňuje vykonávanie aktívnych aj pasívnych operácií elektronického bankovníctva.
- Internetbanking – na vyššej kvalitatívnej úrovni ako homebanking
- WAP-banking
 - dátová komunikácia s bankou prostredníctvom mobilného telefónu
- SIM Toolkit-banking
 - podmienené dohodou medzi bankou a operátorom mobilnej siete. Je potrebná špeciálna SIM karta s prístupom k bankovým službám
- GSM-banking
 - založený na princípe komunikácie s bankou prostredníctvom SMS
- Mail-banking
 - realizuje sa prostredníctvom verejnej komunikačnej siete Internet. Klient dostáva informácie na jeho e-mailovú adresu
- Callbanking
 - služba elektronického bankovníctva, ktorá sa realizuje prostredníctvom telefónu s tónovou voľbou. Hlasové menu klienta naviguje a ten pomocou tónovej voľby na telefóne zadáva svoje voľby aktívnych a pasívnych produktov
- TV-banking
 - realizuje sa pomocou televízneho prijímača s prípojkou na jednoduché menu, umožňuje získať informácie poskytované bankou
- Samoobslužné zóny
 - sú zariadenia prevádzkované bankou alebo špecializovanou inštitúciou. Prístup do samoobslužnej zóny umožňuje platná multifunkčná platobná karta

Úloha pre žiakov

Prípadová štúdia – Klienti banky

Dvaja mladí ľudia – Františka a Dušan sú obyvateľmi toho istého mesta. Dušan má malú firmu v oblasti predaja automobilového príslušenstva a Františka sa rozhodla po ukončení strednej školy ísť pracovať do Anglicka, aby si jednak zarobila dostatok peňazí na kúpu vlastného bytu a aby sa zdokonalila v anglickom jazyku. Obidvaja sú klientmi tej istej banky, ktorá má pobočku v ich rodnom meste.

Obidvom sa pomerne dobre darilo. Františka si mohla z príjmu, ktorý poberala za prácu v zahraničí ušetriť peniaze na polovicu svojho bytu. Druhú polovicu ceny bytu vyriešila tak, že požiadala svoju banku o úver. Ten sa jej darilo splácať a nájomné v byte platili podnájomníci. Františka chcela ostať v Anglicku dovtedy, kým nesplatí aj poslednú splátku za byt. Dušan má tiež úver, ktorý potreboval na rozbehnutie svojej prevádzky. Firemné auto si zaobstaral na lízing. Pretože zákazníkov bolo dosť a platili načas, aj jemu sa darilo úver aj lízing splácať.

V dôsledku hospodárskej a finančnej krízy sa začala situácia komplikovať aj Františke aj Dušanovi. Františka prišla o prácu v Anglicku, preto sa vrátila domov a po odchode podnájomníkov musela sama splácať aj nájomné aj splátky banke. Pretože si doma nemohla nájsť žiadnu stabilnú prácu, jej príležitostný príjem z občasných brigád nestačil na pokrytie splátok pre banku. Dušanovi sa prestalo dariť tiež, pretože jeho odberatelia prestali splácať svoje pohľadávky, aj keď ich dovtedy splácali načas. Dušan nemal za čo nakúpiť nový tovar a aj zákazníkov bolo čoraz menej. Dodávateľia začali byť nedôverčiví a žiadali okamžitú platbu hneď pri nákupe.

Obidvaja sa dostali do finančnej tiesne. Obidvaja boli v podobnej situácii, no rovnaká banka sa v oboch prípadoch zachovala odlišne.

Ako náhle Františka zistila, že nie je schopná splácať svoje záväzky, okamžite si dohodla stretnutie v banke. Vysvetlila svoju situáciu a žiadala o zníženie splátok a odloženie aspoň na pol roka. V banke jej povedali, že rozhodnutie padne najskôr o dva týždne po preverení všetkých dostupných informácií o jej finančnej situácii. A skutočne sa tak aj stalo. Po dvoch týždňoch Františka zašla opäť do svojej banky. Tam jej povedali, že počkajú so splátkami šesť mesiacov. Františka si vydýchla a pustila sa do hľadania práce.

V Dušanovom prípade sa vyvíjala situácia dosť odlišne. Banka sa o jeho problémoch dozvedela až vtedy, keď prekročil schválený bankový limit. Banka ho kontaktovala, ale Dušan na poslednú chvíľu dohodnuté stretnutie zrušil. Keď sa tam konečne vybral, príslušný zamestnanec banky bol práve vtedy služobne preč. Nanešťastie bol klientom tej istej banky aj Dušanov zákazník, ktorý bol tiež insolventný. Prostredníctvom neho sa banka dozvedela o Dušanových finančných problémoch skôr, než by jej to vysvetlil sám. Pretože Dušan nereagoval ani na opakované telefonáty banky, dostal od nej ultimátum, aby svoje záväzky – konkrétne polovicu zvyšného dlhu zaplatil do dvoch týždňov. To sa mu samozrejme nepodarilo, a preto jeho firma skončila v likvidácii. Banka po predaji založeného majetku

dostala naspäť len časť svojich peňazí a každý z Dušanových veriteľov o svoje peniaze prišiel celkom.

Otázky na diskusiu:

- Uvažujte, čo mohlo byť príčinou rozdielneho konania banky.
- Akých chýb sa dopustil Dušan?
- Ako by ste v podobnej situácii postupovali Vy?
- Odkiaľ (z akých zdrojov) mohol Dušan zaplatiť banke požadované peniaze?

Pracovný list pre žiakov

Doplňte vynechané slová do definície:

Bankový úver možno charakterizovať ako zapožičanie peňazí jej klientovi za určitú cenu - Bankový úver je charakterizovaný tým, že ho poskytujú banky a že má podobu. Úver je medzi bankou, ktorá peniaze (veriteľ), a, ktorým môže byť právnická alebo osoba.

Vyberte: dlžníkom, dočasne, peňažnú, požičiava, fyzická, úrok, obchodnou bankou, vzťah

14.2 Poistovníctvo

Poistovníctvo je jedným z odvetví národného hospodárstva, ktorý ponúka na poistnom trhu svoj tovar. Poistenie je špecifický druh tovaru, ktorý definujeme ako fiktívny tovar.

Poistenie – je právny vzťah, pri ktorom poisťovňa preberie na seba záväzok, že poistenému uhradí škodu, ktorá mu vznikla v zmysle poistných podmienok.

Pôvodnou alebo základnou úlohou poistenia je nahrádzať škody a zvýšené potreby, ktoré spôsobili náhodné udalosti. Rozvojom vedy a techniky prichádzajú na trh nové výrobky, vznikajú nové činnosti a tým aj nové riziká. S týmito rizikami musí poisťovňa, občania a podnikateľské subjekty počítať a kalkulovať.

Základné činnosti poisťovne sú:

1. **Poisťovacia** – je hlavná činnosť poisťovne. Zahŕňa činnosť poisťovne od uzatvorenia poistnej zmluvy s poisteným až po jej zánik. Medzi poisťovaciu činnosť patrí sprostredkovateľská činnosť. Sprostredkovateľskú činnosť vykonávajú pre poisťovne sprostredkovatelia. Sprostredkovatelia musia na výkon svojej činnosti získať licenciu od dozoru nad poisťovníctvom.

2. **Zaisťovacia** – rozumie sa činnosť, pri ktorej poisťovňa vstupuje do majetkových vzťahov s inými poisťovňami s cieľom deliť riziká vznikajúce v súvislosti s vykonávaním poistenia.
3. **Činnosť súvisiaca s poistením** – ide o činnosť, ktorá slúži na podporu a rozvoj poisťovníctva, rozširovanie a skvalitňovanie poisťovacích služieb inú činnosť súvisiacu s uvedenými potrebami v prospech poistených subjektov.

V poisťovacom vzťahu sú dôležité 4 kategórie poistenia:

1. **Poistná doba** – je to doba, na ktorú poistení dojedná poistnú zmluvu.
2. **Poistná suma** – je suma na ktorej sa poistník dohodne s poisťovňou, je stanovená s prihliadnutím na budúce potreby.
3. **Poistné** – je cena za poskytovanú poistnú ochranu. Poistné platí klient poisťovni počas poistenej doby. **Veľkosť poistného je limitovaná:**
 - cenou poisteného majetku
 - veľkosťou rizika
 - prirážkou na vlastné náklady poisťovateľa
 - jeho ziskom
4. **Poistná udalosť** – môže to byť akákoľvek škoda, strata alebo dožitie sa určitého veku, prípadne úmrtia počas poistnej doby.

Klasifikácia poistenia:

1. **Podľa záväznosti poistenia**
 - a) zákonné,
 - b) zmluvné:
 - povinné,
 - dobrovoľné.
2. **Podľa doby platnosti:**
 - a) dlhodobé,
 - b) krátkodobé.
3. **Podľa miery rizikovosti**
 - a) rizikové,
 - b) rezervotvorné.

Odvetvia poistenia

Poisťovníctvo členíme na 2 hlavné odvetvia:

1. Životné poistenie

- spája sa s poistením osôb,
- zdôrazňuje skutočnosť, že ľudský život sa spája z možnosťou rizikových situácií, ktorých dôsledkom môže byť úmrtie, invalidita, choroba, zranenie, alebo dožitie sa určitého veku,
- poistenie osôb predstavuje samostatné odvetvie poistenia, ktoré sa orientuje na krytie rizík spojených s poškodením zdravia a života, prípadne na dožitie sa stanoveného veku,

- v životom poistení dostane poistení, vždy dohodnutú poistnú sumu,
- poisťovne ponúkajú životné poistenia z rôznymi poistnými sumami a rôznou výškou platenia poistného.

Druhy životného poistenia sú:

- a) poistenie pre prípad dožitia,
- b) poistenie pre prípad úmrtia,
- c) dôchodkové poistenie.

- **Základné druhy životného poistenia sa realizujú v týchto typoch:**

- o dočasné poistenie (krátkodobé),
- o poistenie pre prípad smrti (doživotné),
- o poistenie pre prípad dožitia,
- o poistenie pre prípad smrti alebo dožitia (zmiešané),
- o všeobecné poistenie,
- o poistenie s pevne stanovenou dobou výplaty poistnej sumy.

Určitou modifikáciou je aj **dôchodkové poistenie**, ktoré predstavuje možnosť zahrnutia rizík úmrtia, dožitia sa a invalidity. Dôchodkové poistenie sa ďalej člení na:

- a) základný dôchodok,
- b) dočasný dôchodok,
- c) dôchodok pre pozostalých

- **Úrazové poistenie** - je špecifický druh rizikového poistenia, predmetom úrazového poistenia je človek a jeho pracovná schopnosť, t. j. telesné poškodenie poistného náhlymi mechanickým vplyvmi pôsobiacimi z vonku. **Úraz** - je trvalé alebo dočasné poškodenia zdravia alebo smrť.

- **Úrazové poistenie sa môže vzťahovať:**

- a) len na pracovné úrazy,
- b) len na mimopracovné úrazy,
- c) na všetky druhy úrazov.

2. Neživotné poistenie zahŕňa 2 druhy poistenia

- *Poistenie majetku:*
 - zameriava sa na škody, ktoré môžu vzniknúť na majetku FO alebo PO.
 - **Poistná ochrana pri poistení majetku sa vzťahuje na:**
 - poistenie pre prípad zničenia alebo poškodenia vecí živelnou udalosťou,
 - poistenie budov,
 - poistenie domácností,
 - poistenie strojov a strojových zariadení,
 - poistenie pre prípad poškodenia alebo zničenia vecí vodou z vodovodného zariadenia,
 - poistenie vecí proti škodám spôsobením atmosférickými zrážkami,

- dopravné poistenie,
 - poistenie motorových vozidiel,
 - poistenie pre prípad odcudzenia,
 - poistenie poľnohospodárskych rizík.
- Poist'ovňa pozná rozsah prevzatých záväzkov, nevie však aké budú jej výdavky. Výška poistného v tomto prípade závisí od:
 - 1) škodovej častosti,
 - 2) rozsahu škôd,
 - 3) rozsahu záväzkov prevzatých poisťovňou, čiže systémom ručenia poisťovne.
 - *Poistenie zodpovednosti za škody:*
 - zahŕňa zodpovednosť za škody spôsobené na živote, alebo zdraví tretej osoby, alebo za škody, vzniknuté na veci a majetku patriacemu tretej osobe:
 - 1) poistenie zodpovednosti za škodu spôsobenú prevádzkou motorového vozidla
 - 2) poistenie zodpovednosti organizácie za škodu pri pracovnom úraze alebo chorobe z povolania

Zdravotné a sociálne poistenie

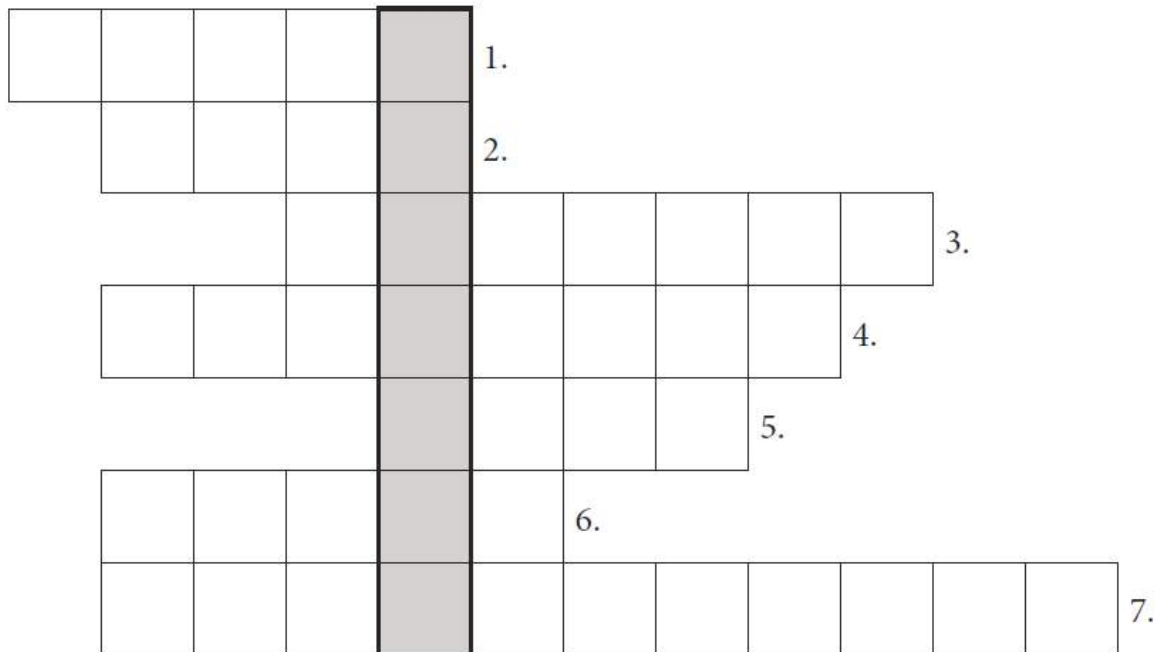
Zdravotné poistenie – poskytuje sa zdravotná starostlivosť: pri predchádzaní choroby, v prípade choroby, pri predchádzaní úrazu, v prípade úrazu. Poistné sa platí percentuálnou sadzbou z vymeriavacieho základu dosiahnutého v rozhodujúcom období.

Sociálne poistenie

- a) nemocenské poistenie – zamestnancov upravuje zákon NR SR, tento zákon upravuje nemocenské poistenie zamestnancov pre prípad: choroby, úrazu, tehotenstva, materstva, starostlivosti alebo ošetrovania člena rodiny.
- Dávky nemocenského poistenia:
- dávky na kúpeľnú starostlivosť,
 - peňažné dávky – nemocenské, podpora pri OČR, vyrovnávací príspevok v tehotenstve a materstve, peňažná pomoc v materstve, podpora pri narodení dieťaťa, pohrebné
- b) dôchodkové poistenie – druhy dôchodkového zabezpečenia sú: starobný, invalidný, čiastočný invalidný, za výsluhu rokov, vdovský, vdovecký, sirotský, manželský a sociálny dôchodok, zvýšenie dôchodku pre bezvládnosť a ďalšie dávky poskytované dôchodcom ako kúpeľná liečba, podpora pri narodení dieťaťa, pohrebné.

Úloha pre žiakov

Tajnička



Legenda:

1. Voľné finančné prostriedky uložené v banke. (**vkład**)
2. Odvody z príjmov občanov a podnikateľov do štátneho rozpočtu. (**dane**)
3. Pravidelne platby banke, ktoré platí dlžník, ktorý si zobral uver. (**splátky**)
4. Spoločný názov pre tovary, s ktorými sa obchoduje na tovarovej burze. (**komodity**)
5. Finančná motivácia podnikateľa, investora, ale aj vkladateľa do banky. (**zisk**)
6. Finančná hranica, po ktorú možno na účte čerpať peniaze banky. (**limit**)
7. Banková služba k bežnému účtu, ktorá umožňuje čerpať z účtu peniaze do mínusu za stanovených podmienok (druh krátkodobého úveru). (**kontokorent**)

4.ROČNÍK

15. ŠTÁTNY ROZPOČET A DAŇOVÁ SÚSTAVA

Charakteristika štátneho rozpočtu

Štátny rozpočet vyjadruje tvorbu, rozdeľovanie a využitie finančných prostriedkov štátu. Plnenie funkcií štátu si vyžaduje rozsiahle finančné a materiálne zdroje. Finančné prostriedky musí štát získavať a vynakladať v súlade so stanovenými cieľmi. Štátny rozpočet plní funkciu finančného plánu štátu, je centralizovaným fondom finančných prostriedkov štátu na určité rozpočtové obdobie. Má podobu bilancie s príjmovou a výdavkovou stránkou.

Služi ako nástroj regulácie ekonomického a sociálneho vývoja krajiny. Prostredníctvom neho sa finančné prostriedky štátu prerozdeľujú na dosiahnutie vopred štátom stanovených cieľov. Fiškálna - rozpočtová politika sa zaoberá využívaním štátneho rozpočtu na dosahovanie štátom stanovených cieľov.

Etapy štátneho rozpočtu:

1. prípravná - etapa zostavovania štátneho rozpočtu (prezident, premiér, minister financií)
2. etapa schvaľovania parlamentom
3. etapa plnenia - v priebehu plnenia môže prísť k presunom v jednotlivých položkách
4. kontrola - stanovuje sa záverečný štátny účet, akási uzávierka (bilancia)

Štátny rozpočet – je to centralizovaný fond v rukách štátu. Z účtovného hľadiska predstavuje bilanciu príjmov a výdavkov.

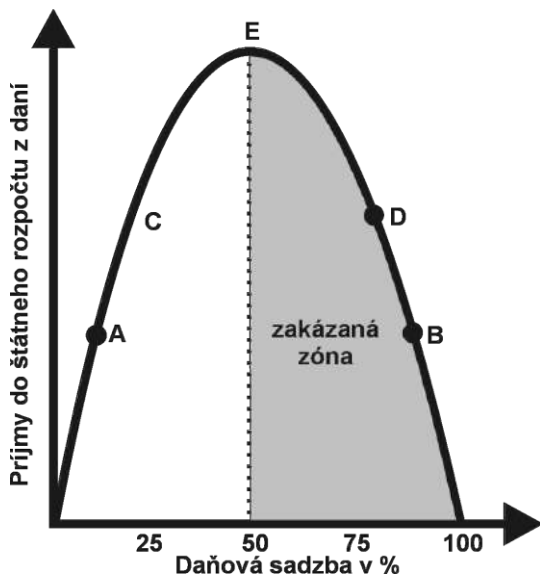
Príjmy ŠR zahŕňajú:

- Daňové príjmy
- Nedaňové príjmy (z vlastníctva majetku, clo, dary, úroky z úverov, kapitálové príjmy)
- Príjmy zo splácania úverov, z predaja akcií

Výdavky zo ŠR zahŕňajú:

- Dotácie podnikateľských subjektov
- Verejná spotreba obyvateľstva (školsťvo, kultúra)
- Verejná spotreba štátu (obrana, bezpečnosť, sudy)
- Transfery domácnostiam (nezamestnanecké dávky, dávky sociálnej starostlivosti)
- Transfery obciam

Prvýkrát vzťah ŠR a dane popísal Artur Laffer. Známa je jeho krivka – **Lafferova krivka**:



Z Lafferovej krivky možno vyčítať:

- Ak je miera zdanenia 0 %, príjmy do ŠR sú nulové
- Ak je miera zdanenia 100 %, príjmy do ŠR sú tiež nulové (ľudia nemajú záujem pracovať, daňové úniky)

Štát sa preto má snažiť určiť takú mieru zdanenia (pre každú krajinu je iná), aby sa zabezpečili príjmy do ŠR (teda aby dane neboli prinízke), ale aby výška daní neodrádzala ľudí tieto dane platiť (nemali by byť príliš vysoké).

Rozpočtový proces – všetky činnosti, ktoré súvisia so štátnym rozpočtom. Zahŕňa:

1. **Vypracovanie návrhu ŠR** – predkladá ho ministerstvo financií, vypracúva ho na základe podkladov od jednotlivých rezortov, výsledkov predchádzajúceho obdobia a očakávaných výsledkov. Posudzuje ho vláda, schvaľuje parlament.
2. **Plnenie a kontrola plnenia ŠR** – plní a kontroluje sa podľa jednotlivých položiek.
3. **Vypracovanie záverečného účtu ŠR** - vypracúva ho ministerstvo financií a schvaľuje parlament.

ŠR môže byť:

- vyrovnaný – príjmy sa rovnajú výdavkom
- prebytkový – príjmy sú vyššie ako výdavky
- schodkový – príjmy sú nižšie ako výdavky (aj u nás)

Úloha pre žiakov

Zníženie vysokého deficitu štátneho rozpočtu SR

Ekonomická hra. Práca v skupinách. Učiteľ rozdelí žiakov do 4 skupín:

1. skupina - klub poslancov, ktorí presadzujú sociálnu politiku, podporujúcu rozsiahle štátne zásahy do ekonomiky,
2. skupina - klub poslancov, ktorí sú zástancovia minimálneho štátu,
3. skupina - klub poslancov tzv. stredného prúdu, ktorí podporujú štátne zásahy do ekonomiky v nevyhnutnom rozsahu,
4. skupina - novinári, ktorí budú reagovať na predložene návrhy jednotlivých klubov tvorbou výstižných titulkov v dennej tlači.

Učiteľ na tabuľu premietne aktuálny deficitný rozpočet SR a žiaci majú pripraviť návrhy na jeho riešenie na strane príjmov (prostredníctvom zmeny v daniach a v ktorých daniach), resp. na strane výdavkov (prostredníctvom úspory vo vládných výdavkoch a v ktorých rezortoch). Svoje návrhy na vyrovnaný rozpočet, resp. zníženie deficitu rozpočtu musia odôvodniť na tlačových konferenciách.

15.1 Daňová sústava

Je súhrn daní, ktoré je možné na území daného štátu vyberať.

Daň – povinná, zákonom stanovená, spravidla pravidelne sa opakujúca platba, ktorú musia fyzické a právnické osoby odvádzať v stanovenej výške a v stanovenom čase. Dane predstavujú najvyššiu príjmovú položku ŠR (takmer 90% príjmov ŠR tvoria dane)

Zásady zdaňovania:

- 1) **Zásada všeobecnosti zdaňovania** – dane sú povinné platiť všetci okrem oslobodených
- 2) **Zásada daňovej únosnosti** – daň nemá byť príliš vysoká
- 3) **Zásada dostatočnosti daňového výnosu** – daň by mala byť schopná uhradiť výdavky ŠR
- 4) **Zásada jednoduchosti a hospodárnosti** – výpočet a odvod daní by mal byť jednoduchý a efektívny
- 5) **Zásada určitosti zdanenia** – každý subjekt má byť informovaný o daniach, ktoré je povinný platiť

Základné pojmy

Subjekt dane – fyzická alebo právnická osoba. Rozoznávame:

- daňovník – fyzická alebo právnická osoba, ktorá znáša daňové zaťaženie (napr. pri dani z nehnuteľnosti)
- platiteľ – je povinný daň vypočítať a odvieť správcovi dane. Daňové zaťaženie však neznáša (napr. pri DPH je platiteľom obchodná organizácia, ale daňové zaťaženie neznáša, ale ho presúva na kupujúceho, ktorý túto daň zaplatí v cene tovarov a služieb). Niekedy je daňovník a platiteľ tá istá osoba.

Objekt (predmet) dane – všetko to, z čoho sa daň vyrubuje (príjem, majetok)

Základ dane – kvantitatívne vyjadrenie objektu dane v naturálnych alebo peňažných jednotkách

Sadzba dane – nástroj, prostredníctvom ktorého sa z daňového základu určuje výška dane.

Môže byť určená:

- 1) pevnou sumou – napr. pri spotrebných daniach
- 2) pohyblivo (percentuálne) - pohyblivé sadzby môžu byť:
 - progresívne – čím je vyšší základ dane, tým je vyššia sadzba dane
 - degresívne – čím je vyšší základ dane, tým je nižšia sadzba dane
 - proporcionálne – výška daňového základu nemá vplyv na výšku sadzby dane

Správca dane – štátny orgán, ktorý daň vyberá:

- daňové úrady
- colné úrady (pri dovoze)
- mestské a obecné úrady (všetky miestne dane)
- daňový úrad Bratislava I. – ak ide o cudzincov, ktorý sa na našom území zdržiavajú s cieľom podnikania aspoň 183 dní v roku

Daňová povinnosť – výška dane, ktorú je povinný subjekt odvieť

Splatnosť dane – deň do ktorého musí byť daň zaplatená

Daňové priznanie – doklad, na ktorom sa vypočíta výška dane. Môže byť:

- 1) riadne – podané v zákonom stanovenej lehote
- 2) opravné – opravuje riadne, je ešte podané v zákonom stanovenej lehote. Na daňové priznanie podané predtým sa neprihliada.
- 3) dodatočné – podané po zákonom stanovenej lehote. (je spojené s postihom – pokuta, penále)

Preddavok na daň – platba, ktorá sa platí v priebehu zdaňovacieho obdobia, keď ešte nevieme celkovú výšku dane.

Daňový preplatok – suma zaplatená navyše.

Daňový nedoplatok – suma, o ktorú subjekt dane zaplatil menej.

Členenie daní:

- 1) Podľa objektu zdanenia – to z čoho sa daň vyrubuje
 - a. dane z príjmov
 - b. dane z majetku
 - c. dane zo spotreby
 - univerzálne dane (DPH)
 - selektívne dane (spotrebné)
- 2) Podľa subjektu - kto daň platí
 - a. dane platené fyzickými osobami
 - b. dane platené právnickými osobami

- 3) Podľa dopadu na daňové subjekty:
- a. priame
 - b. nepriame

Priame dane – vyrubujú sa priamo z príjmu alebo majetku fyzickej alebo právnickej osoby, pričom tieto osoby znášajú aj daňové zaťaženie (vždy je známy aj konkrétny daňovník).

Nepriame dane – sú také dane, ktorých konečný dopad sa presúva z výrobcu na spotrebiteľa, ktorý ich zaplatí v cene nakupovaných tovarov a služieb

Daňová sústava SR obsahuje tieto druhy daní:

- Priame dane
 1. daň z príjmov
 - daň z príjmu FO
 - daň z príjmu PO
 2. miestne dane /ukladá ich obec alebo mesto/
 - daň z nehnuteľností
 - daň z pozemkov
 - daň zo stavieb
 - daň z bytov a nebytových priestorov
 - daň za psa
 - daň za užívanie verejného priestranstva
 - daň za ubytovanie
 - daň za predajné automaty
 - daň za nevýherné hracie prístroje
 - daň za vjazd a zotrvanie motorového vozidla v historickej časti mesta
 - daň za jadrové zariadenia
 - daň z motorových vozidiel /ukladá ju vyšší územný celok/
- Daň z pridanej hodnoty (DPH)
- Spotrebné dane
 - daň z piva
 - daň z vína
 - daň z liehu
 - daň z tabakových výrobkov
 - daň z minerálneho oleja

15.1.1 Daň z príjmov

Daň z príjmu FO

Subjekt dane – daňovník, rozoznávame:

- a) daňovníkov s neobmedzenou daňovou povinnosťou – FO, ktoré majú na území SR trvalý pobyt alebo sa tu počas kalendárneho roka zdržiavajú aspoň 183 dní..

Uvedeným osobám sa zdaňujú príjmy aj zo zdrojov na území SR aj zo zdrojov v zahraničí.

- b) daňovníkov s obmedzenou daňovou povinnosťou /uvedeným osobám sa zdaňujú iba príjmy dosiahnuté na území SR/ - sú to:
- FO, ktoré nemajú trvalý pobyt na území SR a ani sa na tomto území nezdržiavajú dlhšie ako 183 dní
 - FO, ktoré nemajú trvalý pobyt na území SR, ale obvykle sa tu zdržiavajú za účelom štúdia alebo liečenia alebo sem dochádzajú len na účely výkonu závislej činnosti

Predmet (objekt) dane – všetky peňažné a nepeňažné príjmy (naturálna mzda, 1 % z VC služobného motorového vozidla používaného aj na súkromné účely a to za každý aj začatý mesiac). Predmet dane členíme do 4 skupín:

- 1) príjmy zo závislej činnosti – patria sem:
 - príjmy zamestnancov z pracovného, služobného, štátnozamestnaneckého alebo členského pomeru
 - príjmy členov družstva za prácu v družstve
 - príjmy za prácu v družstve
 - príjmy za prácu komandistov v komanditných spoločnostiach
 - príjmy za prácu likvidátorov, prokuristov, nútených správcov
 - pracovné odmeny obvinených vo väzbe alebo odsúdených vo výkone trestu odňatia slobody
 - príjmy poskytnuté z prostriedkov sociálneho fondu
 - funkčné platy ústavných činiteľov SR, prokurátorov SR, vedúcich ostatných orgánov štátnej správy
 - odmeny za výkon funkcie v orgánoch územnej samosprávy
- 2) príjmy z podnikania, z inej samostatnej zárobkovej činnosti a z prenájmu:
 - príjmy z podnikania:
 - príjmy z poľnohospodárskej výroby, lesného a vodného hospodárstva
 - príjmy zo živnosti
 - príjmy z podnikania podľa osobitných predpisov (advokát, daňový poradca, exekútor)
 - príjmy spoločníkov v. o. s. a komplementárov v k. s.
 - príjmy z inej samostatnej zárobkovej činnosti:
 - príjmy za používanie alebo poskytnutie práv z priemyselného alebo iného duševného vlastníctva
 - príjmy z činností, ktoré nie sú živnosťou ani podnikaním (herci, športovci, maliari)
 - príjmy znalcov a tlmočníkov
 - príjmy z prenájmu:
 - príjmy z prenájmu nehnuteľností
 - príjmy z prenájmu hnutel'ného majetku, ak sú príslušenstvom prenajímanej nehnuteľnosti
- 3) príjmy z kapitálového majetku:
 - výnosy z CP
 - úroky a výhry z vkladov na vkladných knižkách
 - úroky a iné výnosy z poskytnutých úverov a pôžičiek
 - dávky z doplnkového dôchodkového sporenia
 - plnenia poistenia pre prípad dožitia sa určitého veku

Pri príjmoch z kapitálového majetku sa vo väčšine prípadov uplatňuje výber zrážkou pri zdroji príjmu. Za vyberanie dane a platenie dane z týchto príjmov je zodpovedný ich platiteľ – teda inštitút, ktorý tieto príjmy vypláca.

4) ostatné príjmy:

- príjmy z príležitostných činností
- príjmy z príležitostného prenájmu hnutel'ných vecí
- príjmy z prevodu vlastníctva nehnuteľností
- príjmy z prevodu cenných papierov , opcií
- príjmy súvisiace s výhrami v lotériách, stávkach
- príjmy z cien verejných súťaží a športových súťaží

Základ dane:

- pri príjmoch zo závislej činnosti je základom zdaniteľný príjem: mzda alebo plat
- pri príjmoch v bodoch 2., 3., 4. je základom výsledok hospodárenia (príjmy - výdavky)

Sadzba dane:

Pre fyzické osoby existujú dve rôzne sadzby dane z príjmov.

Podľa výšky zdaniteľného príjmu (základu dane) sa uplatňuje buďto iba nižšia sadzba, alebo aj nižšia aj vyššia sadzba naraz.

Základ dane do výšky 176,8-násobku životného minima (vrátane tejto sumy) sa zdaňuje nižšou - základnou 19% sadzbou dane.

Zvyšná časť základu dane (nad 176,8-násobok životného minima) sa zdaňuje zvýšenou 25% sadzbou dane.

O aké sumy presne ide:

- Naša dôležitá suma - 176,8-násobok životného minima pre rok 2013 je 34 401,74 €.
- To znamená, že základ dane do výšky 34 401,74 € (vrátane) sa zdaňuje sadzbou 19%.
- Zvyšná časť základu dane nad 34 401,74 € sa zdaňuje sadzbou 25%.

Zdaňovacie obdobie: 1 kalendárny rok

Daňové priznanie – Povinnosť platenia dane z príjmov sa vzťahuje na každého občana, ktorý v zdaňovacom období (v kalendárnom roku) konkrétne v roku 2014 dosiahne zdaniteľné príjmy (t.j. príjmy, ktoré sú predmetom dane a nie sú od dane oslobodené) vyššie ako 1 901,67 eura a to do 31. 3. po zdaňovacom období a do tohto dátumu daň aj zaplatiť. Daňovník, ktorý má v zdaňovacom období príjmy len zo závislej činnosti alebo príjmy vyberané zrážkou pri zdroji, nemusí podať daňové priznanie. Platiaci zamestnávateľ môže daňovníkovi vykonať ročné zúčtovanie preddavkov na daň na základe jeho žiadosti, ktorú je povinný podať do 15. 02. Pri ročnom zúčtovaní môže vzniknúť preplatok dane, ktorý vráti zamestnávateľ zamestnancovi najneskôr pri zúčtovaní miezd za mesiac apríl. Ak vyjde

nedoplatok dane, zamestnávateľ ho zamestnancovi strhne najneskôr do konca zdaňovacieho obdobia toho roku, v ktorom sa vykonalo ročné zúčtovanie preddavkov na daň.

Daňová strata – od základu dane možno odpočítať daňovú stratu počas najviac piatich bezprostredne po sebe nasledujúcich zdaňovacích obdobiach a to počnúc zdaňovacím obdobím, ktoré nasleduje po období za ktoré bola daňová strata vykázaná (v jednom roku sa môže odpočítať viac, v inom menej – netreba v každom odpočítať 1/5)

Daň z príjmu právnickej osoby (PO)

Subjekt dane – daňovník

- a) PO so sídlom na území SR, ktorá bola zriadená na účely podnikania, alebo ktorá nemá sídlo na území SR ale vykonáva podnikateľskú činnosť
- b) PO, ktorá nebola zriadená za účelom podnikania (rozpočtová organizácia, občianske združenie, politické strany, vysoké školy, Slovenský rozhlas, Slovenská televízia, štátom uznané cirkvi a náboženské spoločnosti....), ale dosahuje príjmy, ktoré sú predmetom dane z príjmu.

Predmet dane:

- a) u PO, ktoré boli zriadené na podnikanie – všetky príjmy plynúce zo zdroja na území SR, ale aj zo zdrojov v zahraničí
- b) u PO, ktoré neboli zriadené na podnikanie – iba tie príjmy, ktoré sa dosiahli z podnikateľskej činnosti (predaj majetku, príjmy z nájomného, z reklám...)

Základ dane:

výsledok hospodárenia (výnosy – náklady) + pripočítateľné položky - odpočítateľné položky
= upravený výsledok hospodárenia (upravený ZD)

Základ dane sa upraví o pripočítateľné a odpočítateľné položky:

Pripočítateľné položky – sú sumy, ktoré tvoria súčasť výsledku hospodárenia, ale podľa zákona o dani z príjmov sa nemôžu zahrnúť do ZD, a preto ich k základu dane musíme pripočítať. Medzi ne patria:

- cestovné náhrady poskytnuté nad limit
- kladný rozdiel medzi účtovnými a daňovými odpismi
- zaplatené pokuty za porušenie zásad bezpečnosti na pracovisku, za znečistenie ovzdušia
- náklady na reprezentáciu
- poskytnuté dary

Odpočítateľné položky – sú sumy, ktoré nie sú súčasťou výsledku hospodárenia, ale podľa zákona o dani z príjmov môžu byť zahrnuté do základu dane a preto sa môžu zo základu dane odpočítať.

Sadzba dane: je jednotná, vyjadrená v %: u nás bola 23%, od 1.1.2014 sa znižuje na 22%

Zdaňovacie obdobie: 1 kalendárny rok

Daňové priznanie: treba podať do 31. 3. po zdaňovacom období a do tohto dátumu aj daň zaplatiť. (PO zriadené na podnikanie musia podať priznanie aj keď im vznikla strata)

15.1.2 Daň z pridanej hodnoty (DPH)

Subjekt dane:

- a) daňovník – spotrebiteľ
- b) zdaniteľná osoba
 - každá osoba, ktorá vykonáva nezávisle ekonomickú činnosť /podnikanie/, nie štátne orgány a ich rozpočtové organizácie
 - každá osoba, ktorá príležitostne dodá nový dopravný prostriedok z tuzemska do iného členského štátu EU
- c/ platiteľ – zaregistrovaná zdaniteľná osoba

Predmet dane:

- dodanie tovaru
- poskytnutie služby
- nadobudnutie tovaru z iného členského štátu EU
- dovoz tovaru

Základ dane

- a) hodnota tovaru a služby (zahŕňa aj clo, províziu, náklady na balenie, poistenie, prepravu)
- b) pri dovoze – hodnota určená na colné účely (ak sa platí v cudzej mene, základ sa prepočíta na Sk kurzom NBS v deň vzniku daňovej povinnosti. Ak povinná osoba písomne oznámi daňovému úradu, tak môže používať aj kurz platný podľa colných predpisov – tento spôsob je však pre ňu potom záväzný na celý rok)

Sadzba dane:

- a) základná – 20 %
- b) znížená – 10 % - používa sa iba na vybrané druhy tovarov uvedené v prílohe zákona napr. rádioaktívne prvky používané pre zdravotníctvo, antibiotiká, pančuchy na kľúčové žily, vozíky pre telesne postihnutých, ortopedické zariadenia (barly, dlahy, umelé časti tela, načúvacie pomôcky)

Výpočet výšky dane:

- a) ak je základom cena, ktorá neobsahuje daň /napr. pri bezhotovostnom styku/

$$\text{daň} = \frac{\text{cena bez dane} \times \text{sadzba dane v \%}}{100}$$

- b) ak je základom cena, ktorá obsahuje daň /napr. pri hotovostnom styku/:

$$\text{daň} = \frac{\text{cena s daňou} \times \text{sadzba dane v \%}}{100 + \text{sadzba dane v \%}}$$

Oslobodenia od dane:

- univerzálne poštové služby
- poskytovanie zdravotnej starostlivosti (okrem dodania liekov a zdrav. pomôcok)
- výchovné a vzdelávacie služby
- vysielanie verejnoprávnej televízie a rozhlasu (okrem reklám)
- poisťovacie a zaist'ovacie služby
- finančné služby (poskytovanie úverov, vedenie účtov, zmenárenská činnosť...)
- prevádzkovanie lotérií (predaj žrebov, lotérie, stávky)
- predaj kolkov a poštových cenín
- vývoz do tretieho štátu (do krajín EÚ iba v prípade, ak nadobúdateľ je zaregistrovanou osobou pre daň v inom štáte)
- dovoz zákonom určeného tovaru (napr. plynu, elektrickej energie, zlato dovezené NBS,

Spotrebné dane

Spotrebné dane sú:

- nepriame dane – zaťažujú konečnú spotrebu a spotrebiteľ ich zaplatí v cene zakúpeného tovaru
- selektívne dane – týkajú sa iba vybraných druhov tovarov /tých, ktoré škodia zdraviu/
 - daň z vína
 - daň z piva
 - daň z liehu
 - daň z tabakových výrobkov
 - daň z minerálnych olejov

Spoločné pojmy:

- **Správca dane** - colný úrad
- **Zdaňovacie obdobie** – kalendárny mesiac
- **Vznik daňovej povinnosti:** deň uvedenia predmetu dane do daňového voľného obehu
- **Daňové priznanie a splatnosť dane:** do 25. dňa kalendárneho mesiaca nasledujúceho po mesiaci, v ktorom mu vznikla daňová povinnosť (výnimočne do 3 pracovných dní po vzniku daňovej povinnosti – ak sa predmet oslobodený od dane použil na iný ako určený účel a ak sa nevie preukázať spôsob nadobudnutia) musí podať daňové priznanie (aj keď mu nevznikla daňová povinnosť) a daň aj zaplatiť
- **Daňové územie** - územie SR
- **Daňový sklad** - miesto, kde sa predmet dane na základe povolenia na prevádzkovanie daňového skladu v pozastavení dane vyrába, spracováva, skladuje, prijíma alebo odosiela. FO alebo PO, ktorá chce daňový sklad prevádzkovať musí písomne požiadať colný úrad o registráciu a o vydanie povolenia na prevádzkovanie daňového skladu
- **Pozastavenie dane** – daňový režim, v ktorom sa vznik daňovej povinnosti posúva na deň uvedenia tovaru do daňového voľného obehu
- **Daňový dlžník** – právnická alebo fyzická osoba, ktorá prevádzkuje daňový sklad, alebo je oprávneným príjemcom

- **Oprávnený príjemca** – osoba, ktorá v rámci podnikania opakovane alebo príležitostne na základe povolenia prijíma tovar, ktorý je predmetom spotrebnej dane z iného členského štátu
- **Užívateľský podnik** – právnická alebo fyzická osoba oprávnená používať tovar (napr. víno, lieh) oslobodený od dane.

Úlohy pre žiakov

Osobný rozpočet

Žiaci zostavia svoj osobný rozpočet, pričom jednotlivé položky na príjmovej a výdavkovej strane upravia podľa seba. Na inšpiráciu môžu využiť nasledovnú tabuľku

PRÍJMY	SUMA V EUR	VÝDAVKY	SUMA V EUR
rodičia		fixné:	
starí rodičia		strava	
brigáda		doprava	
iné		iné	
		variabilné:	
		mobil	
		zábava a relax	
		iné	
spolu		spolu	
		rozdiel	

Následne žiaci odpovedajú na otázky:

- Je váš rozpočet vyrovnaný alebo prebytkový?
- Je možné, aby bol prebytkový?
- Čo môžete urobiť, aby bol prebytkový?
- Je tento rozpočet aktuálny aj počas letných prázdnin?
- Ako sa zmení rozpočet po ukončení školy?

Historické dane

Žiaci si prečítajú príklady kuriózných dani z minulosti a diskutujú vo štvoricach o príčinách zavedenia uvedených dani, o tom, aké zmeny mohli vyvolať a prečo zanikli. Nasledovné názory prezentujú pred celou triedou.

Domáca úloha: z internetu zistiť, aké nove dane boli zavedene v súčasnom období v rôznych krajinách a pokúsiť sa zdôvodniť význam zavedenia týchto dani.

Príklady kuriózných daní

Daň z okien

Veľká Británia bola vo vymýšľaní daní veľmi kreatívna. V r. 1696, za vlády Williama III., navrhla daň, ktorá mala zaťažiť najmä prosperujúcich občanov. Bytové domy platili dva šilingy na dom a navyše platili za počet okien na dome, ak presahoval desať. Tu vznikalo delenie najbohatších od menej bohatých. Najbohatší stavali svoje sídla s čo najväčším počtom okien. Daň sa vyberala až do r. 1851, potom ju zrušili.

Klobúková daň

V rokoch 1784 – 1811 počas ministrovania Williama Pitta zaviedli vo Veľkej Británii tzv. Klobúkovú daň. Daň mala jednoduchým spôsobom zvýšiť príjem v štátnej pokladnici. Predpokladalo sa, že bohatí ľudia mali doma väčšie množstvo klobúkov, zatiaľ čo chudobnejší ľudia možno len jeden lacný alebo žiadny. Daň zavádzala povinnosť kúpy licencie. V Londýne stála licencia dve libry a v ostatných mestách päť šilingov. Za nedodržiavanie dane boli vyrubené vysoké pokuty. Dokonca falšovateľom hrozil trest smrti.

Daň z brady

V roku 1535 sa rozhodol anglický kráľ Henry VIII., ktorý sám nosil bradu, zaviesť daň za jej nosenie. Daň bola odstupňovaná podľa spoločenského postavenia občana. Dcéra kráľa Alžbeta I. zmenila daň tak, že sa vyberala od každého, kto sa neholil viac ako dva týždne. K podobnému kroku sa uchýlil aj ruský cár Peter I., ktorý zaviedol podobnú daň. Nie však kvôli zisku, ale najmä kvôli tomu, že sa mu neholení ľudia zdali nekultúrni. Týmto spôsobom chcel dosiahnuť nápravu. Tí, ktorí daň zaplatili, nosili povinne znak „bradáča“.

16. PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

Podnikateľský plán je písomný dokument vypracovaný podľa kompetentnosti jeho tvorcov a požiadaviek jeho budúcich užívateľov, v ktorom je potrebné zodpovedať tri okruhy otázok:

1. ako sa plánuje podnikat'.

- Cieľom zodpovedania tohto okruhu otázok je poskytnúť návod na riadenie podnikania – spôsob podnikania. Odpovede na tieto otázky pomáha zodpovedať sústava poznatkov manažmentu podnikania.

2. v čom sa plánuje podnikat', alebo rozšíriť podnikanie.

- V tomto okruhu otázok sa určujú podmienky a predpoklady úspešnosti podnikania na trhu, produkty, s ktorými sa plánuje uspieť, ich ceny, lokality, spôsoby ponúkania a pod. Na otázky tohto druhu pomáha najst' odpovede sústava poznatkov marketingu podnikania.

3. za čo sa plánuje podnikat'.

- Odpovedať na tieto otázky znamená vytvoriť si predstavu o zdrojoch – financiách podnikania a vymedziť pravidlá hospodárenia pri podnikaní. Odpovede na tento okruh otázok dávajú financie podnikania. Podnikateľský plán je vždy požadovaný peňažnými inštitúciami pri žiadaní o úvery pre posúdenie schopnosti podniku kryť a splácať tak istinu ako aj stanovený úrok.

16.1 Funkcie a úlohy podnikateľského plánu

Podnikateľský plán sa vypracováva pre vnútro podnikové alebo mimo podnikové účely, takže plní vnútornú i vonkajšiu funkciu. Podnikateľský plán nadväzuje na strategické plány pre jednotlivé oblasti. Podnikateľský plán sa spracováva v sumárnej podobe pre potreby vrcholového manažmentu, ako aj detailne, pre nižšie úrovne riadenia a vtedy obsahuje aj časovú špecifikáciu realizácie plánu.

Podnikateľský plán má pre vrcholový manažment význam najmä v tom, že determinuje významné opatrenia najmä v marketingovej oblasti, aby sa splnili ciele podniku v oblasti zvyšovania podielu na trhu, prenikania na nové trhy alebo zavedenia nového produktu na trh. Podnikateľský plán v sumárnej podobe poskytuje vedeniu orientáciu pri jeho každodennej práci, umožňuje podnikateľom včas rozpoznať úzke miesta v personalistike, časovej náročnosti, príp. finančnej zabezpečnosti a odstrániť ich bez finančných strát už v etape plánovania.

Okrem využitia ako nástroja plánovania je podnikateľský plán vhodný aj ako nástroj kontroly. Na konci každého roka sa porovnávajú skutočné údaje s plánovanými a z toho porovnania je zrejmé, či sa splnili ciele resp. Či a kde došlo k odchýlkam. Porovnávaním získava vedenie poznatky o tom, koľko času a kapitálu ktoré aktivity vyžadujú a do akej miery boli hodnoty naplánované správne.

Z tohto pohľadu je podnikateľský plán nástrojom vzdelávania pracovníkov. Stredný stupeň riadenia podnikateľský plán orientuje na splnenie strategických cieľov divízií v oblasti marketingu, výroby, investičných aktivít, personálneho vývoja a ďalších oblastí, pričom obsahuje i časovú postupnosť týchto zámerov. Hovoríme o vnútornej funkcii podnikateľského plánu. Podnikateľský plán sa z hľadiska svojej vonkajšej funkcie spracováva pre príjemcov mimo podnik s cieľom nájsť poskytovateľa kapitálu, alebo záujemcu o kúpu podniku. V tomto prípade má podnikateľský plán prehľadnou a úplnou formou prezentovať firmu v unikátnom a zvláštnom svetle založenom na vlastných schopnostiach a skúsenostiach.

Má presvedčiť čitateľa o prednostiach podielníctva na podniku, poskytnutí úveru, príp. kúpe podniku. Externý príjemca má iné požiadavky na informácie ako príjemcovia vnútri podniku. Pri posudzovaní podnikateľského plánu sa všetci poskytovatelia kapitálu správajú prakticky rovnako. Hľadajú informácie, ktoré umožnia odhad očakávaného úspechu a s ním spojených rizík. Dôležitou úlohou podnikateľského plánu je preto získať dôveru všetkých tých, ktorí budú partnermi pri jeho realizácii, resp. sa budú na jeho realizácii nejakým spôsobom zúčastňovať /financie, investície, poskytnutie kapitálu, poskytnutie technológie, priestorov pre jeho realizáciu a pod./

Firma musí prostredníctvom podnikateľského plánu presvedčiť, že:

1. má jasnú víziu, je presvedčená o šanci úspechu projektu, pozná podmienky, v ktorých chce pôsobiť, jej ciele sú reálne a dokáže odhadnúť riziká a neistoty spojené s projektom, čo môže dokumentovať viac variantným vypracovaním plánu (optimistický, pesimistický, pravdepodobnostný variant)
2. je schopná robiť rozhodnutia, ktoré sú založené na správnom druhu informácií, ktoré sú požadovanej kvality
3. vyznačuje sa etikou podnikania

Vzhľadom na to, že hlavným cieľom podnikateľského plánu je získať financie na začatie resp. rozvoj podnikania, projekcie a prognózy obsiahnuté v pláne by mali poskytovateľa kapitálu presvedčiť najmä:

1. o budúcej platobnej schopnosti podniku, najmä o tom, že podnik bude schopný hradiť úroky a splácať úver, čo musí dokumentovať obsah marketingového plánu a finančného plánu a jeho podloženie (zmluvy s odberateľmi, prieskum trhu a pod.),
2. že projekcie cash flow, kľúčové pomerové finančné ukazovatele v oblasti likvidity, úverovej zadĺženosti a ziskovosti dosahujú lepšie hodnoty ako je priemer v odvetví
3. že firma disponuje dostatočnými zárukami za úver
4. o úprimnosti zámerov podnikania prostredníctvom miery, akou sa majitelia spolupodieľajú na financovaní projektu vlastnými prostriedkami.

16.2 Účel tvorby podnikateľského plánu

Cieľ tvorby podnikateľského plánu je spojený s jeho základnými časťami:

- manažérskou,
- marketingovou
- finančnou.

Manažérska časť podnikateľského plánu má ukázať na kompetentnosť podnikateľa riadiť podnikanie, t.j. kompetentnosť si veci spojené s podnikaním plánovať, organizovať plnenie plánov a hodnotiť vlastné plány a ich štruktúru.

Marketingová časť podnikateľského plánu má určiť predstavu podnikateľa ako plánuje uspieť na trhu, ako voľné pole na trhu chce ovládnuť.

Finančná časť podnikateľského plánu má ukázať ako podnikateľ plánuje popasovať sa s financiami. Koľko má vlastných, koľko a kde plánuje získať cudzie finančné zdroje a ako s nimi bude hospodáriť.

Účelom tvorby podnikateľského plánu je podrobne spracovať všetky podstatné predstavy o vlastnom podnikaní, ktoré sú žiadané na naplnenie:

- vnútorných potrieb podnikania
- externých potrieb podnikania

V súčasnom období sa v prevažnej miere spracováva podnikateľský plán pre naplnenie tzv. externých potrieb, pre vonkajšie inštitúcie, najmä za účelom získania cudzích finančných zdrojov, potrebných na zabezpečenie priebehu podnikania, ale aj pre iné ďalej uvedené potreby.

Podnikateľský plán má osobitnú dôležitosť pre inštitúcie a iných podnikateľov, ktorí:

- dávajú, investujú vlastné peniaze do cudzieho podnikania,
- požičiavajú finančné prostriedky do cudzieho podnikania v očakávaní, že sa im vrátia späť s príslušným úrokom,
- podporujú rozvoj podnikanie z rôznych štátnych zdrojov či iných podporných fondov a očakávajú, že prostriedky budú využité na tie účely, na ktoré boli poskytnuté.

Cudzie finančné zdroje na rozvoj podnikania môžu poskytovať:

- účastinné spoločnosti
- spoločnosti poskytujúce rizikový kapitál,
- banky,
- verejné inštitúcie,
- súkromné osoby,
- podniky.

Podnikateľské plány sa pre externé potreby môžu poskytovať popri inštitúciách poskytujúcich financie, aj ďalším vonkajším inštitúciám, napr.:

- daňovým úradom, pri žiadostiach o odloženie platenia daní alebo žiadosti o daňové prázdničky,
- inštitúciám udeľujúcim osvedčenia kvality
- odberateľom našich produktov s cieľom presvedčiť ich o našich dlhodobých stabilných podnikateľských kompetenciách,
- dodávateľom, s ktorými kooperujeme pri produkovani výrobkov a služieb s cieľom presvedčiť ich o našej solventnosti
- zahraničným inštitúciám, s ktorými máme záujem spolupracovať,
- potenciálnym partnerom pri fúzii, akvizícii, prípadne predaji či kúpe podniku,
- ďalším vonkajším inštitúciám, ktorým máme záujem prezentovať naše úspechy a potreby.

Veľmi dôležitú funkciu plní podnikateľský plán smerom dovnútra, pre samotného podnikateľa, pre jeho podnik a jeho spolupracovníkov – manažérov a zamestnancov. Tu slúži ako nástroj motivácie, ale aj ako základ pre diskusiu, keď podnik stojí pred významnými zmenami. Úlohy podnikateľského plánu

Zmyslom podnikateľského plánu nie je iba zhotovenie dokumentu, ale riešenie viacerých úloh bezprostredne súvisiacich s aktivitami podnikateľského subjektu, teda vykonaním všetkých potrebných aktivít a prieskumom možnosti realizácie podnikateľského zámeru.

Ak by sme ich chceli vymenovať, medzi najdôležitejšie by patrili:

1. projekcia podnikateľa do budúcnosti
2. stanovenie uskutočniteľnosti
3. presvedčiť čitateľa podnikateľského plánu
4. stanovenie pravidiel spolupráce tímu
5. podklad pre vykonávanie konkrétnych činností.

Projekcia podnikateľa do budúcnosti

- Predstava o budúcnosti a definícia cieľov je dôležitou úlohou pre budúce obdobie. Táto úloha by mala riešiť pozíciu, akú chce dosiahnuť podnikateľ v budúcom období, čo chce získať a akým spôsobom. Mala by odpovedať na otázku, aké riziká je ochotný podstúpiť.

Stanovenie uskutočniteľnosti

- Podnikateľský plán pozostáva hlavne z analýzy možnosti uskutočniť jednotlivé jeho časti. Táto analýza musí byť čo najúplnejšia. Na konci procesu zostavovania podnikateľského plánu musí byť podnikateľ dokonale presvedčený o šanci mať úspech, byť si istý, že podnikateľský plán je dobre pripravený, vedomý si rizík a kľúčových bodov, rozhodujúcich pre úspech.

Presvedčiť čitateľa podnikateľského plánu

- Dôležitou úlohou podnikateľského plánu je získať dôveru všetkých tých, ktorí budú priamymi partnermi pri jeho realizácii, ale aj tých, ktorí sa budú na jeho realizácii nejakým spôsobom zúčastňovať. V zásade ide o:
 - presvedčiť finančníkov – bankári a finančníci budú posudzovať finančné hľadiská podnikateľského plánu. Podnikateľský plán musí dokázať, že ciele sú realistické so zdôvodnením a špecifikáciou rizík a neistôt spojených s projektom.
 - Presvedčiť iných partnerov

Stanovenie pravidiel spolupráce

- Na realizácii podnikateľského plánu sa často podieľa rovnocenný tím spolupracovníkov. Je dôležité v podnikateľskom pláne zadať pravidlá spolupráce tak, aby boli rovnomerne naplnené očakávania každého. Je nevyhnutné po dokončení plánu skontrolovať, či všetci členovia tímu súhlasia so stanovenými cieľmi a stratégiou.

Podklad pre vykonávanie konkrétnych činností

- Podnikateľský plán je živý dokument, ktorý slúži podnikateľovi pri prijímaní strategických rozhodnutí.
- Je to algoritmus, ktorý určuje správanie sa podnikateľa v určitých situáciách. Preto by podnikateľ nemal po ukončení jeho spracovania naňho zabudnúť a odložiť ho ako historický dokument.

Význam podnikateľského plánu pre malé a stredné podniky

O tom, že tento dokument je základom úspechu, svedčí aj tvrdenie odborníkov, že vo väčšine amerických firiem je úpadok v prvých 2 rokoch existencie firmy zapríčinený najmä nedostatočným plánovaním. Podnikatelia často uvádzajú, že je to pre nedostatok financií, ale odborníci tvrdia, že ide o nedostatočne pripravené podnikateľské plány. Mnohí malí podnikatelia nemajú vypracovaný podnikateľský plán. Tvrdia, že na zbytočnú administratívu nemajú čas a potom sú prekvapení, čo sa od nich žiada, ak sa snažia získať od peňažných alebo podporných inštitúcií úver alebo dotáciu na nové aktivity alebo rozvoj podnikania.

Mnohé finančné a podporné inštitúcie majú svoje požiadavky na obsah a štruktúru podnikateľského plánu.

Požiadavky na podnikateľský plán

Po formálnej stránke

1. Stručnosť a prehľadnosť – zostručňovať plán a ponechať v ňom iba najzákladnejšie údaje
2. zrozumiteľnosť – podnikateľský plán by mal byť jednoduchý a nemal by zachádzať do technologických a technických detailov. Mal by byť zrozumiteľný pre potenciálnych poskytovateľov kapitálu, ktorými sú spravidla osoby bez hlbšieho technického vzdelania
3. logickosť – skutočnosť a nápady, ktoré sa predkladajú, budú ľahšie pochopiteľné a budú mať silnejší účinok, ak budú nasledovať za sebou v logickej nadväznosti

4. pravdivosť a realistikosť – všetky údaje v podnikateľskom pláne musia byť pravdivé a skutočné podľa najlepšieho vedomia a svedomia. Ak sa po uzavretí zmluvy ukáže, že v podnikateľskom pláne boli vedome uvedené nesprávne údaje, môže poskytovateľ kapitálu kedykoľvek od zmluvy odstúpiť a požadovať vrátenie svojich peňazí
5. formálna úprava – predložený dokument sprostredkováva prvý dojem o podniku, ktorý môže byť najdôležitejší. Okrem obsahu by preto aj vonkajší vzhľad mal byť pôsobivý. Podnikateľský plán by mal mať homogénny sloh so správnou gramatikou a veľký význam má aj kvalitná tlač a väzba.

Z obsahovej stránky by mal podnikateľský plán spĺňať nasledovné požiadavky:

1. orientovať sa na budúcnosť, t.j. nie na to, čo už firma dosiahla, ale na vystihnutie trendov, spracovanie prognóz a ich využitie na charakteristiku toho, čo má byť dosiahnuté
2. demonštrovať výhody výrobku alebo služby pre užívateľa
3. nemal by byť príliš optimistický z hľadiska trhového potenciálu – znižuje to dôveryhodnosť v očiach poskytovateľa kapitálu
4. nemal by byť ani príliš pesimistický – lebo pri podceňovaní môže byť daný podnikateľský plán pre investora málo atraktívny
5. nemal by zakrývať slabé miesta a rizika projektu – odborník veľmi dobre vie, že každé podnikanie je spojené s určitým rizikom, preto je dobrý podnikateľský plán uvádzaný s identifikáciou rizík a zároveň plán korekčných opatrení. Podnik takto demonštruje pripravenosť manažérskeho tímu na zvládnutie prípadných problémov
6. upozorniť na konkurenčné výhody projektu, silné stránky podniku a kompetencie manažérskeho tímu
7. poukázať na schopnosť podniku hradiť úroky a splátky v prípade využitia bankového úveru na financovanie projektu
8. poukázať, ako môže poskytovateľ kapitálu formou účasti, rizikového kapitálu a i. získať späť vynaložený kapitál s primeraným zhodnotením
9. mal by vytvoriť možnosť jeho účinnej verejnej reprezentácie.

Ani vysoká kvalita podnikateľského plánu nezaručuje úspech projektu, lebo stále ide o rizikový projekt.

Kvalita prípravy projektu sa však prejaví priaznivo tak, že:

- zvyšuje pravdepodobnosť úspechu, a tak zlepšuje hospodársky výsledok podniku z dlhodobého hľadiska
- znižuje podstatne nebezpečenstvo takého neúspechu podnikateľských projektov, ktoré by vážne ohrozilo finančnú stabilitu podniku a prípadne aj jeho samotnú existenciu.

Úspešnosť podnikateľského plánu môžu ovplyvniť nasledujúce faktory – zdroje rizika:

- výrazné zmeny dopytu
- zmeny predajných cien vyrábaných produktov a zmeny cien jednotlivých vstupov

- podcenenie investičných nákladov a pracovného kapitálu, vyplývajúce z predĺženia doby výstavby a zábehového prevádzkového plánu
- nedosiahnutie naprojektovanej výrobnéj kapacity, ovplyvňujúce výšku predaja a výrobných nákladov
- zmeny techniky a technológie, ktoré môžu spôsobiť morálne zastaranie podnikateľského plánu
- zmeny makroekonomickej a hospodárskej politiky
- zmeny medzinárodného ekonomického a politického okolia

Pri závažnejších podnikateľských plánoch dlhodobej povahy, realizovaných v nestabilnom a premenlivom okolí je ignorovanie rizika a neistoty neprípustné a môže byť príčinou podnikateľského neúspechu.

Autor plánu si musí vyjasniť:

- ktoré faktory sú významné a najviac ovplyvňujú riziko daného podnikateľského plánu
- aké veľké je riziko podnikateľského plánu, či je toto riziko ešte prijateľné alebo už neprijateľné
- akými opatreniami je možné znížiť riziko podnikateľského plánu na prijateľnú mieru.

Doterajšie skúsenosti pri tvorbe podnikateľských plánov ukazujú na najčastejšie nedostatky, ktoré ich vypracovanie sprevádzajú:

- portfóliu podnikateľských aktivít a produktov, s ktorými sa podniká, nezodpovedá zákonná, organizačno-právna forma podnikania, ktorú si má možnosť podnikateľ určitým spôsobom ovplyvniť. Z uvedeného dôvodu budeme ďalej tomuto problému venovať osobitné miesto,
- chýbajúci alebo neúplný popis riadenia výroby a využitia kapacít,
- nedostatočná analýza trhov a identifikácia konkurentov podnikania,
- nezodpovedajúce sústredenie sa na potreby zákazníkov v podnikaní,
- nejasná cenová a odbytová politika,
- neadekvátne a povrchné vypracovaný finančný plán,
- neúplne spracované postupy alebo chýbajúce predstavy pri realizácii podnikateľského plánu,
- neschopnosť zodpovedajúco prezentovať podnikateľský plán pred jeho užívateľmi,
- formálne nedostatky dokumentu – podnikateľský plán.

16.3 Štruktúra podnikateľského plánu

Spracovanie podnikateľského plánu, jeho obsah a štruktúra budú závisieť od charakteru podniku, preto neexistuje ideálny vzor pre jeho vypracovanie. Napriek tomu by mal obsahovať minimálne tieto časti:

1. Manažérske zhrnutie projektu (Executive summary)

Zhrnutie projektu je najdôležitejšou časťou plánu, lebo po jeho prečítaní musí byť jasné, o aké výrobky a trhy pôjde, aké kompetencie majú kľúčové osobnosti v podniku, koľko to bude stáť a čo z akého zdroja to možno získať.

V zhrnutí projektu treba stručne a jasne predstaviť celý podnikateľský plán. Tu treba zosumarizovať hlavné body plánu, t.j.:

- kľúčové predpoklady úspešnosti projektu,
- ciele projektu,
- hlavnú produkciu,
- hlavných odberateľov,
- cieľovú skupinu – zákazníkov,
- požadovanú sumu finančných prostriedkov,
- prehľad a štruktúru potrebného objemu kapitálu a jeho použitie,
- ako sa produkt/služba líši od konkurencie a tiež akú potrebu uspokojujú,
- ako firma uspeje v budúcom konkurenčnom prostredí,
- popis manažérskeho tímu, relevantných skúseností a špecifických znalostí/zručností každého člena tímu,
- zhrnutie kľúčových finančných projekcií na 3-5 rokov, vrátane výkazov ziskov a strát, cash-flow a súvah.

Túto časť je najlepšie písať ako poslednú v rozsahu minimálne jednej strany.

Zámerom zhrnutia musí byť presvedčivý obraz o podnikových cieľoch a stratégii ich dosiahnutia. Je posledným pracovným krokom pri spracovávaní podnikateľského plánu napriek tomu, že sa nachádza hneď na začiatku každého kvalitne spracovaného podnikateľského plánu.

2. Opis firmy

V tejto časti je potrebné predstaviť potenciálnym investorom Vašu firmu, jej minulosť, históriu a jej ciele tak, aby boli schopní predpovedať jej budúci vývoj.

Opis zamerajte na minulosť podniku (pokiaľ existoval) a jeho súčasný stav. Potrebné je opísať:

- vývoj firmy, jej účel a právnu formu,
- prečo bola firma založená,
- aký je pôvod kapitálu potrebného na rozbeh podnikania,
- aké výsledky firma doteraz dosiahla,
- súčasný stav firmy (počet zamestnancov, obrat, zisk, produkcia a iné).

Uveďte informáciu o majetkovo a personálne prepojených spoločnostiach, najmä výšku majetkového podielu a informáciu o finančnom vývoji týchto spoločností.

3. Opis výrobu alebo služieb

Začína predmetom, ktorý sa má riešiť a návrhom základného riešenia vo forme vlastného výrobu. V opise je potrebné zmieniť sa o dôležitých funkciách.

V opise používajte reálne údaje a dokazujte ich pomocou čísel, prečo je výrobok najlepší, v čom je porovnateľný a v čom lepší ako konkurenčné výrobky/služby. Ak na ich zdôvodnenie máte k dispozícii výsledky nezávislých testov, použite ich a v prílohe uveďte stručný popis ich záverov.

Táto časť by mala zahŕňať nasledujúce informácie:

- stručný popis výrobku alebo myšlienky,
- jeho funkcia, prípadne jeho využitie,
- inovatívnosť, jedinečnosť produktu, služby,
- terajšiu/plánovanú produktovú štruktúru, kapacitné pokrytie výroby,
- jeho prednosti oproti konkurencii
- akékoľvek nezávislé ocenenie (s podrobnosťami uvedenými v prílohe).

4. Manažment

- rozsah riadiaceho tímu,
- spôsob a výška odmeňovania,
- každý člen vedenia alebo iný kľúčový pracovník by mal predložiť životopis, v ktorom uvedie najmä svoje skúsenosti v oblasti, pracovné zaradenie, vzdelanie a pod.,
- referencie na zrealizované projekty.

5. Vlastníci

- kto sú vlastníci firmy, výška ich podielov, ich skúsenosti, zainteresovanie na chode a výsledkoch firmy,
- spôsob a výška odmeňovania (vyplácanie podielov, dividenda pod.).

6. Analýza trhu

Analýza trhu sa venuje postaveniu podniku na trhu vo vzťahu ku konkurencii. Popisuje silné a slabé stránky konkurenčných podnikov, ako aj vlastnú konkurenčnú výhodu. Okrem analýzy konkurentov zahŕňa aj identifikáciu cieľovej skupiny zákazníkov. Dáva odpovede na otázky:

- Aký je dopyt po mojom produkte?
- Aká je cieľová skupina produktu?
- Ako budem produkt distribuovať mojim zákazníkom?
- Aká je konkurencia v tejto oblasti?
- Kto sú hlavní konkurenti?
- V čom sa líšime?
- V čom som lepší?
- Aké sú silné a slabé stránky môjho produktu a biznisu?
- Aké sú príležitosti a hrozby, ktorým budem čeliť?

Opis trhu

- odvetvie, v ktorom bude firma pôsobiť, aké sú trendy jeho rozvoja, tradície a pod.
- zákazníci – potenciálni, perspektívni, súčasní, ich potreby, nákupné zvyklosti, kúpyschopnosť
- cieľové skupiny – o aké demografické skupiny ide – z hľadiska pohlavia, veku, vzdelania, záujmov, požiadaviek, nákupného správania, územia atď.
- konkurencia – informácie o konkurentoch v regióne (tuzemsko, zahraničie), kto sú a kde sídlia, čo ponúkajú, aký je približne objem ich výkonov, ceny, kvalita. Pokiaľ sú známe, uvádzajú sa slabé a silné stránky konkurencie, ako dlho podniká v oblasti, ako predáva a propaguje svoje výrobky a pod. Porovnávajú sa výrobky (služby) z hľadiska

kvality, cien, reklamy. Uvádzajú sa pozitíva i negatíva firmy oproti konkurencii, pričom sa kladie dôraz najmä na výhody oproti konkurencii

7. Marketing

V tejto časti rozveďte taktiku, ktorou sa chcete dostať k zákazníkovi a presvedčiť ho, aby kúpil Váš výrobok alebo Vaše služby. V tejto časti treba odpovedať na nasledujúce otázky:

- ako definujete svojich zákazníkov,
- ako sa chcete dostať do ich povedomia,
- aké formy distribúcie mienite uplatňovať,
- akým spôsobom budete predávať,
- ako budete motivovať zodpovedného pracovníka na čo najväčšom predaji,
- ako uvediete svoj výrobok alebo služby na trh a pod.

Ďalej by mohla obsahovať stručný popis štyroch prvkov marketingového mixu, takzvaných „P“:

- product – výrobok alebo služba, ich podrobný opis, aké suroviny a vstupy budete používať, kto budú vaši dodávatelia
- price – cenová politika, spôsob tvorby cien (chceme konkurovať nízkou cenou alebo kvalitou, veľký objem predaja s nízkou maržou alebo naopak exkluzívne produkty s vysokou maržou)
- place – miesto, distribúcia produktov k zákazníkovi, opis spôsobu predaja výrobkov
- promotion – propagácia výrobkov a služieb, ako oboznámime zákazníkov s našim produktom (letáky, reklama v médiách, billboardy, podporné akcie, darčeky, zľavy)

8. Stratégia

Tu je vhodné načrtnúť budúci obraz podnikania, plán jeho rozvoja. Súčasťou podnikateľského plánu býva aj SWOT analýza:

- **S**trengths - silné stránky, vlastnosti, schopnosti, ktoré napomáhajú dosiahnutiu cieľa
- **W**eaknesses - slabé stránky, nedostatky, ktoré by mohli sťažiť dosiahnutie cieľa
- **O**pportunities – príležitosti, vonkajšie podmienky, ktoré môžu dopomôcť k dosiahnutiu cieľa
- **T**hreats – hrozby, možné riziká

Swot analýza prehľadne ukazuje v čom sú prednosti podnikateľského zámeru, na čom sa dá stavať rovnako však pripomína nedostatky, na ktoré netreba zabúdať a v budúcnosti na nich popracovať. Spomína tiež aké vonkajšie príležitosti a najmä ohrozenia a riziká sa môžu pri realizácii plánu vyskytnúť. Na základe toho treba popremýšľať, ako možno tieto ohrozenia predvídať a ako reagovať na krízové situácie.

9. Výrobný proces

V tejto časti popíšte spôsob výroby produktu alebo poskytovania služieb so zdôraznením jeho inovatívnosti, teda opis výrobného cyklu od vstupu surovín, cez výrobu až

po distribúciu výrobku k zákazníkovi. Popis by mal obsahovať spôsob dodávok dôležitých materiálov pre výrobu. Uveďte dodávateľov - štruktúru, závislosť, ceny dôležitých vstupov (aj odhad do budúcnosti).

Potrebné je tiež uviesť stručný popis budov a objektov, ktoré sa budú používať na výrobu a zmieniť sa o strojnóm a technologickom vybavení, know-how, patentoch, licenciách, očakávaných ďalších investíciách.

Uveďte tiež počet pracovníkov pri začatí výroby a po prípadnom zvýšení predaja. Uveďte kapacitné možnosti výroby, etapy a časovanie realizácie projektu.

10. Organizačný plán

Popíšte organizačnú a riadiacu štruktúru firmy vrátane riadenia a kontroly finančných záležitostí podniku. Treba sa zmieniť o potrebe pracovníkov, o kritériách výberu a ich ďalších odborných požiadavkách. Táto časť by mala tiež obsahovať charakteristiku platov a spôsob motivácie zamestnancov a manažmentu.

11. Dopad na životné prostredie

Opíšte prípadný vplyv výrobného procesu alebo služieb na životné prostredie – ekologické riziká, nakladanie s odpadmi. Ak výrobný proces alebo odpady z neho budú pre životné prostredie škodlivé, je treba uviesť opatrenia na zníženie nepriaznivého dopadu.

12. Finančné plány

Finančný plán je poslednou, veľmi dôležitou časťou podnikateľského zámeru, pretože premieta všetky argumenty predchádzajúcich častí do konkrétnych čísel. Mal každému podnikateľovi ukázať v číslach kedy, a či vôbec, bude jeho podnikanie rentabilné. Vo väčšine prípadov pozostáva z nasledovných častí:

- zakladateľský rozpočet – jednoduchý prehľad toho čo podnikateľ potrebuje na začatie svojho podnikania. Ideálne je to zhrnúť do jednoduchej tabuľky kde na jednej strane je všetko čo potrebujeme kúpiť na začiatok podnikania(stroje, zariadenie, materiál) a na druhej strane zdroje z ktorých to budeme financovať (vlastné zdroje, úver, dotácia)
- výkaz cash-flow – prehľad toku hotovosti, zobrazuje plánované finančné toky najčastejšie pre najbližších 3-5 rokov. Odporúčame si opäť spraviť tabuľku s plánovanými príjmami a výdavkami po položkách (za čo budeme financie získavať a na čo ich použijeme)a po jednotlivých mesiacoch v nej odhadnúť aká bude ich výška (v nasledujúcich rokoch stačí urobiť odhady po štvrtrokoch)
- analýza bodu zlomu - výpočet minimálneho obratu predaja produktov alebo služieb, ktorý musíme dosiahnuť, aby sme pokryli všetky naše náklady, teda aby sme neboli stratoví

Je dobré ak sa pri vypracúvaní finančného plánu podnikateľa poradia s odborníkmi na financie (účtovníkmi, audítormi a pod.). Pretože sú tu potrebné isté znalosti z oblasti financovania, investovania, tvorby cien, miezd, finančnej analýzy a účtovníctva, o ktorých začínajúci podnikateľ nemá stále presné znalosti či informácie.

Ak podnikateľ predkladá podnikateľský zámer s cieľom získať úver alebo dotáciu, väčšinou už nejde o začínajúci subjekt, ale taký, ktorý už má istú históriu. Vtedy sa do tejto

časti plánu prikladajú aj výstupy z účtovníctva za predchádzajúce roky (najčastejšie za predchádzajúce 1-3 roky) s predikciou na roky nasledujúce. Ide o tieto druhy výstupov:

- ak vychádzame z jednoduchého účtovníctva:
 - o výkaz o príjmoch a výdavkoch
 - o výkaz o majetku a záväzkoch
- ak vychádzame z podvojného účtovníctva:
 - o výkaz ziskov a strát
 - o úvaha
 - o výkaz cash-flow – výkaz o toku peňazí

Prílohy

Do príloh je vhodné dať všetko to, čo podporí argumenty jednotlivých častí podnikateľského zámeru. Napríklad:

- obrázky, fotografie
- kópie diplomov, certifikátov, výsledky testov produktov
- kópie zmlúv, najmä s dodávateľmi a odberateľmi
- výsledky prieskumu trhu, články z tlače potvrdzujúce potrebu ponúkaných výrobkov alebo služieb
- návrhy letákov, reklamy
- cenníky, cenové ponuky

Dobre spracovaný podnikateľský plán je jedným z predpokladov úspešného štartu podnikania. Môže mať pár alebo aj niekoľko desiatok strán, vždy záleží od účelu pre ktorý ho píšeme. Ak chce podnikateľ svoj plán použiť na získanie alebo presvedčenie potenciálnych spoločníkov alebo na získanie finančných prostriedkov z banky či iných zdrojov, bude plán pravdepodobne oficiálnejší, názornejší a podrobnejší, ako keby ho písal len pre vlastnú potrebu.

Úlohy pre žiakov

Motivačná doplnovačka:

			P	O	T	R	E	B	A		
		P	O	N	U	K	A				
			D	O	P	Y	T				
P	O	D	N	I	K						
			S	I	L	A					
Ú	R	O	K								
M	Z	D	A								
	R	E	N	T	A						
K	A	P	I	T	A	L					
			C	E	N	A					

Pocit nedostatku

Firmy s ňou prichádzajú na trh

Predstavujú ho kupujúci

Subjekt trhu

Pracovná ... - výrobný faktor

Odmena za požičanie peňazí

Odmena za prácu

Odmena za prenájom pôdy

Výrobný faktor (finančný)

Suma, za ktorú sa predáva a kupuje

Príklad podnikateľského plánu pre konkrétne zariadenie v CR :

Moderné vzdelávanie pre vedomostnú spoločnosť / Projekt je
spolufinancovaný zo zdrojov EÚ

Podnikateľský plán pre konkrétne zariadenie v cestovnom ruchu

Obsah

- **1 Základné údaje o podniku**
- 1.1 Identifikačné údaje
- 1.2 Predmet činnosti
- **2 Opis podniku**
- 2.1 Vstupy
- **3 Stratégia podniku**
- 3. 1 Organizačná štruktúra
- **4 Finančný plán**
- **5 Doplnkové služby**
- **6 Trhové postavenie podniku**
- **7 Konkurencia**
- **8 Propagácia podniku**
- **Použité zdroje**



PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

1 Základné údaje o podniku

1.1 Identifikačné údaje

- | | |
|--------------------|---------------------------|
| □ Obchodné meno: | Penzión Srniec |
| □ Sídlo podniku: | Blatnica 9, 036 01 Martin |
| □ IČO: | 352 145 88 |
| □ Lokalita: | Turiec |
| □ Právna forma: | fyzická osoba |
| □ Typ vlastníctva: | viazaná živnosť |
| □ Predmetčinnosti: | Penzión |
- ubytovacie služby a prevádzkovanie pohostinských činností
 - stravovacie služby - výroba a predaj jedál a nápojov
 - organizovanie kultúrnych a spoločenských akcií

Penzión Srnec

- Kontaktná osoba -vlastník: Mgr. Jana Pecná
- Telefón/mobil: 043/0000000 / 0911 000 000
- Fax: 043/0000000
- E-mail: info@penzionsrnec.sk
- Internetová stránka: www.penzionsrnec.sk
- Dátum vzniku činnosti: 01. 9. 2014
- Dátum zápisu do obchodného registra:

Pre výkon konkrétnej podnikateľskej činnosti je nutné spĺňať požiadavku na vykonávanie tejto živnosti a to úplné stredné odborné vzdelanie a štyri roky praxe v odbore. Táto požiadavka bola splnená.

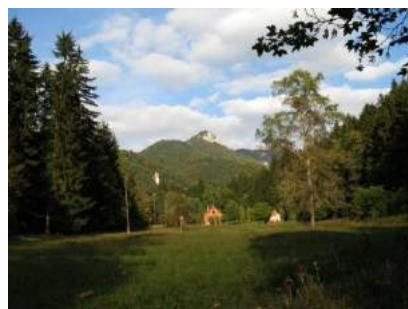
1.2 Predmet činnosti

- Hlavnou činnosťou podnikania na základe živnostenského oprávnenia je :
- celoročné poskytovanie ubytovacích a stravovacích služieb
- organizovanie spoločenských akcií (svadby, oslavy, firemné rokovania a iné)
- poskytovanie doplnkových služieb napr. požičiavanie bicyklov, jazda na koni, športové aktivity a i.,
- organizovanie tematických akcií a pobytov a pod.
- Služby sú zamerané prevažne na rodiny s deťmi, turistické skupiny ale aj na firmy, organizácie a jednotlivcov.

2 Opis podniku

Penzión Srnec sa nachádza v krásnej, turisticky vyhľadávanej lokalite **Blatnica**, ležiacej v blízkosti mesta **Martin** v **Žilinskom kraji**.

Malebné prostredie **Turčianskej kotliny, Malej a Veľkej Fatry** ponúka ideálnu dovolenku na odpočinok a regeneráciu, turistiku, či možnosti atraktívnych zážitkov. Penzión je prerobený zo starého domu, pri rekonštrukcii ktorého bola zachovaná pôvodná atmosféra a „osobitosť“ historickej stavby, ktorá je situovaná v blízkosti lesa.



Penzión Srnec

Budova je členená na dve časti, je dvojpodlažná, s pivničnými priestormi apodkrovím.

Má dva vstupy, hlavný vchod z prístupovej cesty pre hostí a osobitný pre personál. Na poschodí sa nachádzajú rôzne typy ubytovacích jednotiek, ktoré spĺňajú požiadavky kategorizácie a vyhovujú potrebám zákazníka.

- **Druh ubytovacích jednotiek:**
- 10 dvojlôžkových izieb,
- 3 štúdia so 4 pevnými lôžkami (súčasťou je vlastná kuchynka)
- 2 apartmány s manželskou posteľou
- 4 apartmány – dve samostatné miestnosti so 4 lôžkami
- Možnosť prístelky

Ideou nášho podniku je kvalita poskytovaných služieb a spokojnosť zákazníka.

- Dostatok parkovacích miest a bezbariérový prístup do budovy
- Vstupná hala – recepcia pre prvý kontakt s hosťom
- Verejnosti prístupná reštaurácia a salónik s kapacitou 60 miest ponúka možnosť konzumácie chutných jedál z kvalitných surovín, dochovaných a dopestovaných z vlastného gazdovského dvora
- V prízemí sa nachádza vína pivnica, sauna, masérska izba a spoločenská herňa, ktoré poskytujú zákazníkom okrem dobrého ubytovania a jedla aj spoločenské a relaxačné vyžitie
- Súčasťou penziónu je rozľahlá časť záhrady s letným altánkom, zabudovaným grilom, detské ihrisko, krytý bazén a tenisový kurt.
-

Blížkosť turistických a spoločensko-kultúrnych cieľov

- Lyžiarske strediská: Jasenská a Valčianska dolina, Martinské hole - ponúkajú priestor na zimné športy a krásne turistické zážitky
- možnosť vydať sa po značených turistických trasách
- navštíviť jaskyňu Mažarná, rybníky v Ďanovej alebo na Brčnej
- obdivovať históriu Blatnického hradu alebo Múzeum Karola Plicku.
- K penziónu Srnec patrí aj gazdovský dvor, ktorý je vzdialený približne 1,5 km a je priamo v obci Blatnica. Vlastné gazdovstvo s chovom hydiny, ošípaných, oviec, kôz a hovädzieho dobytku slúži na zabezpečenie surovín pre výrobu a predaj jedál a nápojov v penzióne Srnec.
- Okrem garancie kvality a jedinečnosti tradičných produktov gazdovský dvor ponúka zážitkové pobyty, kde sa budú účastníci osobne zapájať do rôznych aktivít ako je chov, starostlivosť a kŕmenie domácich zvierat.

2.1 Vstupy

- Materiálne:
nehnutelnosť, potraviny a nápoje, príslušenstvo na ich prípravu a podávanie, elektrická energia, voda, technologické vybavenie
- Ľudské:
manažér, skladník, kuchári, čašníci, masér, účtovník
- Finančné:
vklady vlastníka - vložený kapitál: 200 000 € vlastné prostriedky.
Nehnutelnosť bola nadobudnutá darovacou listinou v dedičskom konaní.

3 Stratégia podniku

- Hlavnou strategickou činnosťou bude poskytovanie ubytovacích služieb, príprava jedál len z kvalitných surovín, kvalifikovaný a spoľahlivý personál, individuálny prístup k zákazníkom a aktuálne reagovanie na podnety zo strany zákazníkov.
- Krátkodobé ciele:
 - - rozbehnúť podnikateľskú činnosť
 - - vytvoriť si dobré meno a dobré postavenie na trhu
 - - získať čo najviac zákazníkov
 - - poskytovať zákazníkom kvalitné služby
- Dlhodobé ciele:
 - - dosahovať čo najvyšší zisk
 - - udržať si čo najlepšie miesto na trhu
 - - maximálna spokojnosť zákazníkov

3. 1 Organizačná štruktúra

- Penzión je rodinný podnik, ktorý zamestnáva viacerých členov rodiny.
- Organizácia a riadenie podniku:
- **Manažér:** Mgr. Jana Pecná – zakladateľ a majiteľ firmy. Riadi chod penziónu, zodpovedá za plánovanie a organizáciu činnosti podniku, stanovuje ciele, stará sa o svojich zamestnancov a vyhodnocuje priebežné a konečné výsledky činnosti penziónu. Rieši otázky propagácie firmy, plní povinnosti personálnej, ekonomickej a obchodnej oblasti. Má zodpovednosť za dodržiavanie platnej legislatívy. Supluje prácu prevádzkara v jeho neprítomnosti (absolvent UMB Mateja Bela – Cestovný ruch)
- **Prevádzkar:** Pavol Karkuš – riadi, organizuje a kontroluje prácu personálu podniku, zabezpečuje komunikáciu s hosťami, ubytováva hostí, vedie písomnú a finančnú agendu, preberá tržby (absolvent HA Bratislava)

Personál penziónu Srnec

- **Hlavný kuchár:** Peter Skala, Viliam Neúspešný - zodpovedá za výrobnú činnosť pripravovaných jedál, (HA- Žilina, HA Martin, dlhoročné skúsenosti v odbore)
- **Pomocný kuchár:** Mária Skalová - príprava jedál (SOŠ služieb Čadca)
- **Pomocná sila a chyžná:** Milena Tichá – pomocné práce v kuchyni, zodpovedá za čistotu ubytovacích jednotiek ako aj celého penziónu
- **Čašník:** Ján Prekop, Juliana Žilinská - zodpovedá za obsluhu, podávanie jedál a nápojov, účtovanie, odvádzanie tržieb, inventúru a inventarizáciu (HA- Žilina)
- **Skladník, zásobovač, údržbár:** Pavol Pecný - zodpovedá za sklad, dopĺňanie tovaru, preberanie tovaru od dodávateľov, dokladanie tovaru do prevádzky, vedie evidenciu tovarových zásob

Získavanie nových pracovníkov a podmienky prijímania personálu

- **Podmienky:**
- - SŠ vzdelanie v odbore kuchár a čašník
- - požadovaná minimálne 3 –ročná prax v príprave jedál a vedenie kuchyne
- - platný zdravotný preukaz
- - požadované vlastnosti: flexibilita, zodpovednosť, disciplína, samostatnosť, ochota, kreativita.
- **Výber zamestnancov bude realizovaný:**
- - prostredníctvom stránky www.profesia.sk
- - inzercia v regionálnych novinách
- - vyhľadávanie prostredníctvom vlastných zdrojov a na odporúčania.

4 Finančný plán

- Z dôvodu nedostatku vlastných zdrojov finančného krytia na vstupné náklady pre podnikateľskú činnosť sme nútený požiadať banku o poskytnutie úveru a Ministerstvo hospodárstva o dotáciu zo štrukturálnych fondov EU. Podrobne spracovaný finančný plán bude súčasťou príloh podnikateľského plánu.

5 Doplnkové služby

- Krytý bazén a fínska sauna
- masérske služby
- prepravaskupín mikrobusedom
- jazda na koni, na koči
- možnosť pobytu aj s domácim miláčikom
- tenisový kurt
- Požičanie dataprojektoru, trezoru
- zapožičanie záhradného grilu
- zapožičanie bicyklov, lyží, snowboardov, tenisových rakiet
- organizovanie tematických akcií
- predaj suvenírov.

6 Trhové postavenie podniku

- Naše produkty a služby sú určené pre široký okruh zákazníkov, ktorých môžeme začleniť do nasledujúcich sociálnych skupín:
- **1.Rodiny s deťmi** – snaha o získanie stálej klientely vďaka prostrediu a atmosfére, určenej tejto skupine hostí
- **2.Turisti** – mladí ľudia, študenti – významná skupina, ktorej sa vieme prispôbiť službami a prijateľnými cenami
- **3.Firmy, organizácie, podnikatelia** – prostredie, vhodné na relax, upevnenie mimopracovných vzťahov, ako aj firemné oslavy a rokovania
- **4.Zahraniční turisti** – významná skupina hostí, ktorá môže doceniť krásu prírody a jedinečnosť a kvalitu ponúkaných služieb

7 Konkurencia

- V danom segmente trhu rozlišujeme priamu konkurenciu, ktorú predstavujú zariadenia, nachádzajúce sa v našom blízkom okolí.
- Penzión ANDREJKIN DVOR a Chatová osada GADER
- **Silné stránky penziónu Srnec:** výhodná poloha a bezbariérový prístup, kapacita, klimatizácia, krytý bazén a masérské služby, atraktívne tematické pobyty, možnosť kontaktu so životom na gazdovstve, tenisový kurt, kvalita jedál, moderné vybavenie penziónu, podmienky na rokovania pre firmy, kvalifikovaný prístup k zákazníkovi.
- **Slabé stránky:** nováčik na trhu
- **Penzión Andrejkin dvor** zaostáva v ponuke jedál, v hygiene surovín, neprímerané ceny, nevýhodná poloha v centre obce, málo miesta na oddych.
- **Chatová osada Gader** – dobrá poloha ale zastaralá ubytovacia časť, slabá ponuka doplnkových služieb, zamerané len na turistiku a oddych, neponúka spoločenské akcie, v oblasti hygieny výrazne zaostáva za konkurentmi, zlá prístupová cesta.

8 Propagácia podniku

- V oblasti reklamy svojho podniku navrhujeme uskutočniť tieto kroky:
- umiestniť reklamu v printových médiách (konkrétne regionálne noviny mesta Martin, Turčianske Teplice a Žilina),
- vytvorenie propagačných brožúr o poskytovaných službách a pripravovaných akciách,
- umiestnenie reklamného banneru na stránkach internetu, kde je najviac dostupná a vytvorenie vlastnej webovej stránky www.penzionsrnec.sk,
- využitie sociálnych sietí vytvorením vlastnej skupiny s názvom Penzión Srnec na Facebooku,
- umiestnenie reklamy na vlastných dopravných prostriedkoch,
- imidžová reklamná kampaň prostredníctvom informačných pútačov o veľkosti 1m2,
- vytvorenie drobných reklamných predmetov, venovaných stálym zákazníkom (tričká a šiltovky s potlačou nášho loga).

Použité zdroje

- Hitríková Mária Ing.: Prezentačná forma vzdelávania - prednášky: Podnikanie v CR a tvorba podnikateľského plánu
- http://www.szk.sk/files/legislativa/1991-455_znenie_20130701.pdf
- file:///C:/Documents%20and%20Settings/Compaq/Dokumenty/Downloads/vyhlaska_2008-277.pdf
- <http://www.euroekonom.sk/marketing/marketingova-komunikacia/propagacia-ako-prostriedok-marketingu/>
- <http://www.ubytujsa.sk/penziony-slovensko-turciansky-dvor-29107>
- http://www.spsest.sk/soc/2004_sk/ekoweb/1rocnik/podnik_a_cinn.htm
- <http://www.podnikam.webnoviny.sk/manazment/vizia-poslanie-a-ciele/21334>

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. MOKOS, O., a kol.: *Ekonomika pre 1. ročník študijného odboru TIS*, I. vydanie 2008, ISBN 978-80-8091-120-1
2. LISÝ, J. – ZAMEČNÍKOVÁ, Z., – *Úvod do makroekonómie pre OA – SPN II* vydanie 2007, ISBN – 978-89-10-01198-8
3. JAKUBEKOVÁ, M., A KOL. – *Ekonomika pre št. odbory výrobného a nevýrobného zamerania*, SPN I. vydanie 2004, ISBN 80-10-00363-8
4. JAKUBEKOVÁ, M., HART MANNOVA, E., KURŇAVOVA, S. *Ekonomika pre študijné odbory stredných odborných škôl*. Bratislava : SPN, 2012. ISBN 978-80-10-01856-7.
5. LISY, J. et al. *Ekonomia : všeobecná ekonomická teória*. Bratislava : IURA EDITION, 2003. ISBN 80-89047-75-0.
6. MEDVE Ď, J. et al. *Verejné financie*. Bratislava : SPRINT, 2005. ISBN 80-89085-32-2.
7. VYŠŇOVSKÁ, J., MOKÁŇOVÁ, M., HARAUSOVÁ, H.: *Manažment a marketing*. Vyd. Michala Vaška, 2008. Prešov. ISBN 80-7165-695-1
8. PAPULA J., PAPULOVÁ, E.: *Manažment pre obchodné akadémie*. SPN 2006. Bratislava. ISBN 80-10-00897-4.
9. ŠÍBLA, D. a kol. *Malý slovník trhovej ekonomiky*. Bratislava : Elita, 1991. ISBN 80-85323-02-8.
10. NOVÁK, J., ŠLOSÁR, R.: *Základy ekonómie a ekonomiky pre stredné školy*, prvé vydanie, SPN 2008, ISBN 978-80-10-01346-3
11. ROZBORILOVÁ, D., A KOL. – *Ekonomia v novej ekonomike – praktikum*, tretie vydanie, Edícia ekonomia2010, ISBN 978-80-8078-343-3
12. VYŠŇOVSKÁ, J., A KOL. – *Daňová sústava – prvé vydanie*, Vydavateľstvo Michala Vaška, Prešov 2005,
13. HARAUSOVÁ, H.: *Ako aktivizujúco odborné predmety*, MPC Bratislava 2011, ISBN 978-80-8052-396-1
14. Zákon č.595/2003 Z.z. o dani z príjmov a jeho novelizácie
15. ĎURICOVÁ, O.: *Ekonomické cvičenia*, tretie vydanie, SPN 2014, ISBN 978-80-10-02661-6
16. JAKUBEKOVÁ, M., KOVALČÍKOVÁ, Z.: *Praktická ekonomika*, MPC Bratislava 2013, ISBN 978-80-8052-510-1