

# 1 HOSPODÁŘSTVÍ

## 1. EKONOMIE

**Ekonomie** = společenská věda, která zkoumá, jak různé společnosti na různém stupni vývoje využívají vzácné VF, aby uspokojili přání a potřeby jednotlivce i celé společnosti výroby statků a služeb

**Mikroekonomie** = zkoumá jednotlivé eko subjekty (firmy, domácnosti, stát)

- řeší otázky: např. jak se mění chování lidí při růstu cen benzínu. Jak se chovají firmy při růstu cen vstupů při podnikání apod.

**Makroekonomie** = zkoumá eko jako celek (např. HDP, inflaci, nezaměstnanost, platební bilanci)

- řeší otázky: např. jakým způsobem zvýšíme HDP nebo co způsobuje v ekonomice růst inflace nezaměstnanosti apod.

**Ekonomika** = souhrn všech zařízení a činností, které vedou k uspokojování potřeb lidí; shrnutí hospodaření určitého subjektu například státu, organizace nebo jednotlivce

**Podniková ekonomika** = ekonomika, která se zabývá všemi stránkami a činnostmi podniku, tak aby podnik dosáhl svých cílů a potřeb a zároveň uspokojil potřeby ostatních lidí, jak v podniku, tak mimo něj

**Vzácnost** = Vzácné statky, mají více poptávky než nabídky, to ekonomicky tvoří jejich cenu, za kterou jsou lidé ochotni zaplatit

## 2. VÝROBNÍ FAKTORY (CHARAKTERISTIKA DLE PŮVODU A DŮCHODŮ), TEORIE VZÁCNOSTI

= tvoří je zdroje, které jsou potřebné pro výrobu statků nebo k poskytování služeb

1. PRÁCE

2. PŘÍRODA

3. KAPITÁL

### PRÁCE

= cílevědomá lidská činnost, která s využitím přírodních zdrojů a kapitálu vytváří statky a služby

- k vykonání práce musí mít člověk fyzické a duševní schopnosti

- v průběhu vykonávání práce se schopnosti člověka zdokonalují

- cena práce je vyjádřena platem nebo mzdou

#### členění práce:

Fyzická práce (ruce) – zedník

Duševní práce (mozek) – učitel

#### Při vzniku statků a služeb dochází:

**k dělbě práce** – rozdělení pracovních činností mezi skupinu lidí

**ke specializaci** – zaměření skupiny a jednotlivců na určitý druh práce

**ke kooperaci** – spolupráce při vytváření statků a služeb

### PŘÍRODA

= statky, které člověk odebírá z přírody a přetváří je v různé produkty

- mohou z nich být získávány suroviny, paliva, energie

- mohou být bezprostředně využívány jako spotřební předměty, např. pitná voda

A) OBNOVITELNÉ: reprodukce ryb v mořích, půda

B) NEOBNOVITELNÉ: vyčerpitelné, mají svůj kvantitativní limit, nerostné bohatství

C) POZEMKY: můžeme neomezeně využívat bez jejich technického opotřebení, ale nemůžeme je reprodukovat

## KAPITÁL

- peníze nejsou výrobní faktor
  - finanční kapitál slouží k získání výrobních faktorů – k pořízení hmotného kapitálu, využití přírodních zdrojů, placení práce, ale sám o sobě není výrobním faktorem
  - přírodní zdroje se vložením práce stávají kapitálem
- Vzácnost = Vzácné statky, mají více poptávky než nabídky, to ekonomicky tvoří jejich cenu, za kterou jsou lidé ochotni zaplatit

### Členění kapitálu:

finanční – se nevyrábí, slouží k nákupu hmotného kapitálu a k zaplacení veškerých závazků podniku  
hmotný – stroje, zařízení, budovy, automobily

## 3. TŘI ZÁKLADNÍ OTÁZKY EKONOMIE

**CO?** Co budeme vyrábět? Jaké statky a služby

**JAK?** Jakým způsobem budeme vyrábět (materiál, technologie, pracovníci...)

**PRO KOHO?** kdo bude spotřebovávat statky a služby

## 4. EKONOMICKÉ SYSTÉMY – A ŘEŠENÍ 3 ZÁKLADNÍCH OTÁZEK

**Zvykový systém** – založený na zvycích dané společnosti, historicky nejstarší

**Příkazový systém** (centrálně plánovaná eko) – o otázkách eko rozhoduje stát

**Tržní systém** – na otázky eko odpovídá trh sám (nabídka, poptávka), volné působení nabídky a poptávky

- firmy si samy určují, co budou nabízet, jakém množství, kvalitě a za jakou cenu

MONOPOL – firma je na trhu jen jedna (české dráhy) OLIGOPOL – je jich více (operátoři)

**Smíšený systém** – kombinace více systémů (V ČR smíšený systém) výhodou je dostatek statků a služeb, nevýhodou nedokonalost trhu

### Každý systém řeší tři základní ekonom. otázky:

#### **Zvykový systém**

CO – rozhodoval náčelník a rada starších, ti určili kolik a čeho se má vyrobit.

JAK – existoval omezený počet lidí i přírodních zdrojů, neexistovala mechanizace a co sami vyprodukovali, sami spotřebovali, aby přežili.

PRO KOHO – rozdělování bylo prováděno podle potřeb a schopností jednotlivců.

#### **Příkazový systém**

CO – se bude vyrábět, rozhoduje malá skupina lidí u moci.

JAK – rozhoduje stát prostřednictvím ministerstev na základě plánů, jak rozdělí příslušné zdroje, v jakém množství a za jakou cenu budou vyrábět.

PRO KOHO – důchody jsou rozdělovány podle postavení, i když heslo znělo každému podle svých potřeb. V historii jsem se setkali s více společnostmi ( státy ) např.: merkantilisté, fašisté, komunisté.

#### **Tržní systém**

CO – rozhoduje strana poptávky, co je pro společnost užitečné a jak uspokojit potřeby.

JAK – rozhoduje strana nabídky – výrobci , s jakými náklady a za jakou cenu bude produkce na trhu prodávána.

PRO KOHO – ovlivňuje rovněž tržní hospodářství prostřednictvím rozdělováním, přerozdělováním důchodů.

## 5. POTŘEBY

=pocit nedostatku, který se snažíme uspokojit spotřebou statků a služeb

### **Vliv na ně má:**

- pohlaví, věk, vzdělání
- peněžní příjmy
- technický pokrok
- hospodářská a politická situace
- módnost

### **Členění:**

A) FYZICKÉ: jsou dány biologickou podstatu člověka – jíst, pít, spát, obléci se

B) DUŠEVNÍ: jsou dány rozvojem myšlení a tím, že člověk žije ve společnosti – přátelství, láska, kulturní zážitek

A) ZBYTNÉ: nejsou bezpodmínečně nutné k životu, obejdu se bez nich (např. kaviár)

B) NEZBYTNÉ: bezpodmínečně nutné k životu (např. spánek, chléb, voda)

### **Maslowova pyramida potřeb**

- autor je Abraham Maslow (psycholog, manager) – seřadil potřeby dle důležitosti



## 6. STATKY A SLUŽBY

### **Statky**

= produkty práce nebo přírody, věci

Statky se člení na hmotné (auto) nehmotné (software), omezené (vyčerpatelné), neomezené (neomezené množství)

#### **a) statky podle dostupnosti:**

volné statky – neplatíme, vyskytují se neomezeně (vzduch, voda, příroda)

ekonomické statky – musíme vynaložit úsilí k jejich získání, vyskytují se omezeně, proto se musí rozdělovat (žárovka, chléb, mýdlo)

#### **b) statky podle použití:**

spotřební statky – slouží bezprostředně ke spotřebě (potraviny, oděvy, auta)

kapitálové statky – slouží k další výrobě (látka na šaty, kůže na boty, uhlí)

### **Služby**

= cizí činnost, které uspokojují potřeby jsou služby – opravy, doprava, kadeřnická činnost, lékařská péče

A) VĚCNÉ SLUŽBY: činnosti, které obnovují nebo zlepšují hmotné statky (opravy)

B) OSOBNÍ SLUŽBY: souvisí pouze s vlastní osobou (kadeřnictví, pedikúra, zdravotní a lázeňská péče, kultura a výchova)

**Služby členíme na:**

- placené (kadeřnice)
- neplacené (vzdělání)
- soukromé (jednotlivci)
- veřejné (širší veřejnost)
- věcné (opravy, čistírny)
- osobní (divadlo, knihovna)
- obchodní (maloobchody)

Veřejné statky a služby = poskytované státem nebo městem, jsou pro všechny (silnice, policie)

**7. HOSPODÁŘSKÝ PROCES A JEHO FÁZE**

= Hospodářský proces probíhá v neustálém **koloběhu hospodářských činností**. Smyslem hospodářského procesu je vytvořit takové statky a služby, které budou uspokojovat potřeby společnosti.

**4 fáze:****1 Výroba**

= činnost při které dochází k přeměně VF na statky a služby

- V procesu výroby vznikají produkty, které jsou určeny buď:

**konečné spotřebě** - obchoduje se s nimi na trhu výrobků a služeb

**další výrobě** - vytváří se věcný kapitál (stroje, zařízení, budovy a stavby), se kterým se obchoduje na trhu výrobních faktorů

- podstatou výroby je transformace (přeměna) **vstupů** (výrobních faktorů) na **výstupy** (výrobky a služby). Přičemž z výše uvedeného vyplývá, že část výstupů se vrací do fáze výroby jakožto vstup pro výrobu jiných výrobků a poskytování služeb

- výrobní faktory a technologická úroveň určité země určují **hranice produkčních možností** této země, hranice produkčních možností jsou všechny možné kombinace výrobků a služeb, které daná společnost může vyrobit při maximálním využití svých výrobních faktorů

- stav, kdy firma nebo celá společnost maximálně využívá výrobní faktory, které má k dispozici, a vyrábí na hranici svých produkčních možností, se označuje jako **efektivita výroby**

- výroba vedle toho, že vytváří výrobky a služby pro uspokojení našich potřeb, může však také mít **negativní dopady zejména na životní prostředí**, úlohou **státu** je minimalizovat negativní dopady výroby na životní prostředí a společnost.

**2 Rozdělování a přerozdělování**

= daně jsou použity na výplatu dávek

- ti kdo se podíleli na výrobě, získávají svůj podíl na výstupech ve finančním vyjádření (zisky, úroky, mzdy a renty)

- ve fázi rozdělování vystupuje i **stát**, který reguluje hospodářský proces

- uskutečňuje **přerozdělování** pomocí daní, odvodů, sociálních dávek apod.

- umožňuje, aby na rozdělování výstupu se podíleli i ti, kteří se na výrobě nepodíleli (např. důchodci, nemocní apod.)

**3 Směna** = výrobky jsou nabídnuty k prodeji na trhu – setká se nabídka s poptávkou

**4 Spotřeba** = konečná fáze, spotřebovávání statků a služeb -> uspokojování potřeb

**8. HOSPODÁRNOST, EFEKTIVNOST****Hospodářský výsledek (HV):**

- zjistíme porovnáním nákladů (peněžní vyjádření vstupů) a výnosů (peněžní vyjádření výstupů) za určité časové období

HV ztráta – náklady > výnosy

HV zisk – výnosy < náklady

HV nula – výnosy = náklady

### Hospodaření:

- účelné nakládání prostředků, které má daná společnost k dispozici
- při každé činnosti je třeba zajistit účelnost (užitečnost) a hospodárnost (výroba s co nejnížší spotřebou zdrojů, které potřebujeme k činnosti)
- efektivní je taková činnost, která přináší žádoucí výsledek s vynaložením přiměřených zdrojů, užitečným výsledkem je efekt.
- uskutečňování hospodářského procesu
- cílevědomé hospodaření prostředků a práce ve výrobním procesu za účelem zhotovení výrobku nebo poskytnutí služby a dosažení zisku
- při hospodaření musí být uplatňována zásada hospodárnosti

### Výpočet efektivnosti firmy:

= VÝSTUP/VSTUP

„efekt“ = výsledek, účinek, následek

- souhrnným efektem podniku jsou poskytované výrobky a služby tj. výstupy
- výrobky a služby vznikají spotřebou výrobních faktorů které tvoří vstup podniku



$$efektivnost \text{ (př. produktivita práce) } = \frac{\text{výstup}}{\text{vstup}} = \frac{\text{výrobky (služby)}}{\text{výrobní faktory}}$$

### Hospodárnost:

- uskutečňování hospodářských procesů s co nejnížšími vstupy výrobních činitelů a získání co nejvyšších výstupů
- cílem hospodaření je vytvářet výrobky s vysokými užitnými hodnotami při úspoře vynaložených výrobních činitelů

## **2 DLOUHODOBÝ MAJETEK PODNIKU A JEHO POŘIZOVÁNÍ**

### **1. CHARAKTERISTICKÉ ZNAKY DM, ZPŮSOB JEHO SPOTŘEBY**

- a) **Hmotný** – cena musí být vyšší než 80 000 Kč, movitý (auto) a nemovitý (pozemek)
- b) **Nehmotný** – cena vyšší než 60 000 Kč, software, receptura, know-how, licence  
odepisuje se měsíčně (koupím v květnu, odepisuji od června)
- c) **Finanční** – bez ohledu na cenu, cenné papíry (akcie, obligace)
  - Odepisovaný majetek
  - Neodepisovaný (umělecká díla, pozemky)

### **2. VSTUPNÍ CENA DM**

**PC** (cena pořízení + VPD)

**RPC** (stanovená znalcem)

**Vlastními náklady** (pomocí kalkulace)

### **3. POŘÍZENÍ A OCEŇOVÁNÍ**

- **Dodavatelsky (nákupem)** – nákup za pořizovací cenu (PC = fakturovaná cena + náklady spojené s nákupem)
- **Darem** – reprodukční cena stanovená odhadcem
- **Vlastní výrobou** – cena je rovna vlastním nákladům (spotřeba materiálu, mzdové náklady, spotřebovaná energie + ostatní přímé náklady, nesmí zahrnovat zisk firmy!)
- **Leasingem** (pronájmem)
- **Převod z osobního vlastnictví**
- **Vkladem jiné osoby**

### **4. VYJMENUJTE SLOŽKY NEHMOTNÉHO MAJETKU (UVEĎTE PŘÍKLADY)**

= tvoří složku DM, který nemá hmotnou povahu

- doba používání nehmotného majetku je více než 1 rok
- umožňuje provádět výkony podniku nebo je zvyšovat
- odepisuje se (účetní i daňové odpisy)

**Členění:** - software

- ocenitelná práva (licence, patenty, autorská práva)
- drobný nehmotný majetek
- goodwill – dobrá pověst, značka, síla značka

### **5. OPOTŘEBENÍ DM (ZC, OPRÁVKY, ODPISY)**

**Životnost DM lze prodloužit:**

- opravami
- výměny – technické zhodnocení
- přístavba
- rekonstrukce
- modernizace

**Technické zhodnocení:** modernizace, rekonstrukce, přístavba, nástavba

**Fyzické** – aktivní – používáním

- pasivní – z důsledku přírodních vlivů a koroze

**Morální** – zastarání (způsobeno technickým rozvojem)

- fyzickým a morálním opotřebením se snižuje cena dlouhodobého majetku, vyjadřuje se v penězích = odpisy

**ZC** = vstupní cena – oprávk

**Oprávk** = součet odpisů z předešlých let

**Odpis** – peněžní vyjádření opotřeben

### Odpisy:

- přenos hodnoty DM do nákladů podniku (mají vliv na zisk podniku)
- snižují vstupní cenu majetku na tzv. zůstatkovou cenu

**a) účetní:** - blíže skutečnému opotřebení, dle skutečnosti

- ÚJ stanovuje sama

- minimální doba je 1 rok, s přesností na měsíce se počítají

**b) daňové:** - vychází se ze zákona o dani z příjmů

- odpisy podle zákona zařazují majetek do 5 skupin s různou dobou odepisování
- podle toho rozlišujeme odepisování na

rovnoměrné a zrychlené

**Rovnoměrné:** počítáme ze vstupní ceny, kromě prvního roku (nenakupuje majetek na začátku roku, máme vždy stejnou částku)

**Zrychlené:** k výpočtu musíme znát vstupní cenu, v dalších letech zůstatkovou cenu

### 6. EVIDENCE DLOUHODOBÉHO MAJETKU

- **slouží pro:** kontrolu majetku (inventarizace)

odepisování majetku (účetnictví a daně)

přehled o finanční hodnotě firmy

úhrada škody na majetku (pojišťovna)

- provádí se na **inventárních kartách:** inventární číslo

zvolený způsob odepisování

vstupní cena

jednotlivé roční daňové odpisy

### 7. HLEDISKA VÝBĚRU INVESTIČNÍ VARIANTY A DODAVATELE

- investice je termín, který je spojován s použitím finančních prostředků k obstarávání hmotného majetku, nehmotných aktiv nebo finančního majetku (stroje, zásoby, patenty, licence, cenné papíry a účasti)

- mezi nejdůležitější manažerské rozhodnutí o budoucím vývoji podniku a jeho efektivnosti patří rozhodování o investicích, tj. **kolik, do čeho, kde, kdy a jak investovat kapitál**

- při vyhodnocování bychom měli brát v úvahu následující faktory: **výnosnost, čas a riziko**

- rozhodnutí pro konečný výsledek rozpočtování je, zda investici uskutečnit, kde investici uskutečnit a kterou z investic realizovat

- **z hlediska účetnictví dělíme investice na:** - **finanční** (např. nákup dlouhodobých cenných papírů, vklady do investičních společností, dlouhodobé půjčky)

- **hmotné** (např. výstavba nových budov, pořízení pozemků, výrobních zařízení a strojů),

- **nehmotné** (např. nákup know-how, licencí, softwaru, autorských práv)

- rozhodujícími kritérii pro posuzování investice je její výnosnost, rizikovost a doba splacení

- efektivní investice je taková, která má vysokou výnosnost, je bez rizika a co nejdříve se zaplatí

- ve skutečnosti je to tak, že investice s vysokou výnosností je obvykle i vysoce riskantní, málo riskantní a vysoce likvidní investice je zase málo výnosná

- proto je podstatou hodnocení investic porovnávání vynaloženého kapitálu s výnosy, které investice přinese

- investice jsou financovány, tzn. že je kapitál použit k obstarávání majetkových hodnot

**- Za hlavní zdroje financování investic lze považovat:**

**a) interní zdroje:**

- vklady vlastníků nebo společníků
- nerozdělený zisk
- odpisy
- výnosy z prodeje a z likvidace hmotného majetku a zásob

**b) externí zdroje:**

- investiční úvěr
- akcie
- obligace
- dlouhodobé a střednědobé úvěry
- nepřímo i krátkodobý úvěr (uvolní vlastní zdroje vázané v oběžném majetku)
- dlouhodobé rezervy
- leasing (nájem výrobního zařízení, dopravních prostředků)

**8. VÝPOČET VÝROBNÍ KAPACITY A JEJÍ VYUŽITÍ**

= udává nám maximálně možný objem výrobků, který může podnik vyrobit

- je dána výkonem a dobou, po kterou je jednotka v činnosti

**Optimální podmínky**

– jsou podmínky nejpříznivější, tzn. dostatečný počet pracovníků, dostatek materiálu, stroje o běžné poruchovosti

**Kapacitu vyjadřujeme:**

- v materiálních,
- peněžních
- nebo časových jednotkách
- je závislá na mnoha činitelích, především na:
  - technické úrovni strojů a výrobního zařízení,
  - na době jejich činnosti,
  - organizaci práce a výroby,
  - kvalifikaci pracovních sil,
  - použitých surovinách apod

**a) kapacitní norma**

- ta se udává buď jako:

- **kapacitní norma času** – množství času, které je potřeba pro vytvoření jednotky výrobku nebo poskytnutí služby za optimálních podmínek,
- **kapacitní norma výkonnosti** – maximální množství výrobků nebo služeb, které je možné vyrobit (poskytnout) za daný čas (např. tiskárna vytiskne 8 stránek za minutu, 1 vagón metra přepraví 260 cestujících)

$$VK = \text{ČČF} * nk * n$$

**VK** = výrobní kapacita

**ČČF** = čistý časový fond =  $(365 - (\text{pracovní klid}) * \text{směna} * \text{počet výrobků za hodinu})$

**nk** = kapacitní norma stroje (počet kusů výrobků za hodinu)

**n** = počet jednotek výrobního zařízení



- Rozlišujeme:**
- **teoretickou** (hodnota, která je určena teoreticky a představuje ideál)
  - **praktickou** (zjištěná kapacita na základě měření v praxi, kdy se počítá i s možnými výpadky během provozu)
  - **maximální** (jde o stanovení možné kapacity v daném provozu za určitý časový úsek)
  - **minimální** (nejmenší možná kapacita, při které je možný provoz)

**Plánované využití**

= určuje plánované využití, tedy na kolik procent se plánuje stroje využít

**Skutečné využití**

= určuje skutečné využití strojů, tedy na kolik procent se tedy skutečně využily

**Procento splnění plánu**

= určuje v procentech kolik jsme skutečně, v porovnání s plánem, využili stroje

### 3 MAJETEK PODNIKU

#### 1. POJEM „MAJETEK“ A ZDROJE JEHO KRYTÍ

= majetek je hlavním vlastnictvím firmy, který firma používá ke svému podnikání

- podnikatel musí svoji firmu vybavit potřebným majetkem
- každý podnik potřebuje k plnění své činnosti různé prostředky (budovy, stroje, dopravní prostředky, zásoby, peněžní prostředky apod.)
- s těmito prostředky hospodaří (vyrábí, prodává, poskytuje služby)
- souhrn hospodářských prostředků podniku se označuje jako obchodní majetek.
- obchodním majetkem jsou tedy všechny prostředky, které podnik při své činnosti užívá

#### 2. ZDROJE KRYTÍ

= vyjadřují, jakým způsobem se veškerý majetek pořídil

- zdroje financování majetku vyjadřují, jakým způsobem (tj. z jakých finančních zdrojů) si účetní jednotka opatřila svůj majetek (vklad, nákup, dar apod.)
- zdroje krytí majetku vyjadřují položky v pasivech rozvahy (bude vysvětleno později)
- pokud jsou zdroje krytí vyšší než vlastní majetek nastává zadlužení

**Člení se na:**

- Vlastní (ZK, nerozdělený zisk, vklad společníka, zisk, fondy ze zisku, emisní ážio, odpisy DM)
- Cizí (závazky vůči dodavatelům – nezaplacené faktury, zaměstnancům – nevyplacené mzdy, společníkům – nevyplacené podíly, bance – nesplacené úvěry, státu, rezervy, přijaté zálohy, institucím – nezaplacené daně a pojistné)

**ZK** = souhrn peněžitých i nepeněžitých vkladů

**Nerozdělený zisk** = zisk po zdanění a všech dalších odvodech (do rezervního fondu, na podíly, akcie), slouží pro další investování

**Odpisy DM** = ty odpisy, které firma nemusí odvést v rámci daně z příjmu státu a může je použít pro financování

**Emisní ážio** = rozdíl mezi reálnou (za kterou se akcie prodá) a nominální hodnotou (vytištěna na akciích) akcie při její první emisi

**Rezervní fond** = peněžní částka, sloužící ke krytí krátkodobé ztráty firmy, tvořená ze zisku nebo vklady

**Minimální výše:** s. r. o = 10 % ze ZK

a. s. = 20 % ze ZK

#### 3. ČLENĚNÍ MAJETKU A CHARAKTERISTIKA JEHO SLOŽEK

##### **Dlouhodobý majetek**

- doba držení delší než 1 rok
- oceňujeme pořizovací cenou

- **pořízení:** nákup, dar, dědictví, vklad společníka, převedení z osobního vlastnictví, leasing
- postupně se opotřebovává (fyzicky a morálně)
- opotřebení znázorňujeme odpisy (rovnoměrné, zrychlené, účetní a daňové)
- technické zhodnocení – vylepšení nebo rozšíření majetku, zobrazí se v odpisech

- **vyřazení:** fyzická likvidace, odepsání, manka a škody, převedení do osobního vlastnictví, převedení do ZK jiného podniku, darování, prodej

Hmotný (členíme dále na movitý – auto a nemovitý - pozemek) PC > 80 000 Kč

Nehmotný (software, know-how, licence) PC ÚJ určí sama

Finanční (dlouhodobé CP, akcie)

**Oběžný majetek**

- Doba držení < 1 rok
- V průběhu výrobního cyklu mění svoji podobu viz účetnictví
- podnik k zajištění své činnosti potřebuje nejen DM, ale i OM, který zajišťuje plynulé a hospodárné uskutečnění jeho podnikatelské činnosti
- tento majetek v podniku koluje – obíhá a rychle mění svou podobu
- zásoby, jsou prostředky, které podnik nakoupil nebo si sám vyrobil a dosud je nepoužil k dané účelu
- v zásobách má podnik velké finanční prostředky, proto se jejich velikost snaží optimalizovat

**4. HOSPODAŘENÍ S OBĚŽNÝM MAJETKEM (DOBA A RYCHLOST OBRÁTEK)****Počet obrátek**

$$\text{počet obrátek} = \frac{\text{celková spotřeba}}{\text{průměrná zásoba}} \text{ (počet)}$$

- Čím více, tím lépe
- Charakteristikou tohoto ukazatele je zjištění kolikrát jsou zásoby během roku prodány a znovu uskladněny

**Doba obratu**

$$\text{doba obratu} = \frac{365 \text{ dní}}{\text{počet obrátek}} \text{ (dny)}$$

- Čím méně, tím lépe
  - Ukazatel doby obratu zásob měří rychlost/dobu s jakou společnost průměrně prodá své zásoby
- Finanční (peníze, bankovní účet)

**5. SPOTŘEBA MAJETKU, OBNOVA MAJETKU**

Reprodukce majetku = jeho obnova

**Obnova majetku může být:****Prostá**

= stav majetku v peněžních jednotkách na začátku roku je stejný jako na konci roku (DHM 0

= DHM 1)

- stroj nahradíme strojem stejného výkonu

**Zúžená**

= stav majetku v peněžních jednotkách na začátku roku je větší, než na konci roku (DHM 0 je větší než DHM 1)

- stroj nahradíme jedním strojem s menším výkonem nebo nenahradíme vůbec

**Rozšířená** = stav majetku v peněžních jednotkách na začátku roku je menší, než na konci roku (DHM 0 je menší než DHM 1)

- stroj nahradíme jedním strojem s vyšším výkonem nebo více stroji se stejným výkonem

## 4 ZÁSOBOVACÍ ČINNOST FIRMY

### 1. CHARAKTERISTIKA ZÁSOBOVACÍ ČINNOSTI

- Zásobování je činnost podniku, při níž si podnik zajišťuje potřebné suroviny a materiál v požadovaném množství, kvalitě, druzích ve stanovené době a ve výhodných cenách. Tyto suroviny a materiál používá pro svou činnost.
- Podnik by si měl vytvářet optimální zásobu, která by mu zajistila plynulý chod podniku

#### **Do zásobovací činnosti patří:**

- zjišťování potřeby materiálu a volba dodavatele
- jednání s dodavateli, uzavírání kupních smluv
- zajišťování dodávek, příjem materiálů na sklad, kontrola mat.
- skladování materiálu a výdej do spotřeby

#### **Struktura materiálových zásob:**

1. Suroviny a **základní materiál** – stávají se podstatnou součástí výrobku
  2. **pomocný materiál** – na výrobě se podílí nepřímo, dodává výrobku určité vlastnosti, vzhled, zabezpečuje výrobní i nevýrobní procesy
  3. **součástky a polotovary** – používají se k zajištění chodu zařízení při opravách nebo se montují do výrobků podnikem vyráběných
  4. palivo a pohonné hmoty
  5. **obaly** – slouží k balení výrobků na cestě ke spotřebiteli
  6. drobné a krátkodobé předměty – předměty, které se postupně opotřebovávají, slouží buď méně než 1 rok
  7. speciální nástroje a přípravky – určeny k použití na určité zakázce při sériové nebo hromadné výrobě, umožňují zrychlit a zjednodušit výrobu.
  8. zboží – předměty, které se v hotové podobě nakupují a beze změny prodávají jinému spotřebiteli
- Struktura a objem materiálových zásob jsou závislé na povaze hlavní činnosti podniku.

### 2. PLÁNOVÁNÍ ZÁSOB (BILANCE ZÁSOB, NORMOVANÁ ZÁSOBA)

#### **Plánování materiálových zásob zahrnuje:**

- A) plánování objemu nákupu materiálových zásob dle jednotlivých druhů
- B) stanovení norem zásob podle jednotlivých druhů materiálu

Plánování objemu nákupu (bilanční rovnice)

Počáteční zásoba + nákup = spotřeba + konečná zásoba

### 3. SLOŽKY NORMOVANÉ ZÁSOBY A JEJICH POPIS

**Časová norma zásob** – udává, jak dlouho budeme mít zajištěnou optimální zásobu na skladě

$\text{ČNZ} = (\text{DODÁVKOVÝ CYKLUS}/2) + \text{POJISTNÁ Z.} + \text{TECHNICKÁ Z.}$

**Normovaná zásoba** – udává fyzický objem průměrné zásoby

$\text{NZ} = \text{ČNZ} \times S$  ( $S$  = průměrná denní spotřeba materiálu)

**Normativ zásob** – normovaná zásoba vyjádřená v peněžních jednotkách

**pojistná zásoba** ( $p$ ) /dny/ - je množství zásoby na skladě navíc nad běžnou zásobou pro případ, kdy se dodavatel opozdí s dodávkou, slouží tedy k vyrovnání odchylky v dodávkách nebo spotřebě

**technická zásoba** ( $t$ ) /dny/ - vytváří se tam, kde je třeba materiál před výdejem upravit (nařezat, nasušit, nastříhat...)

#### 4. METODA „ABC“

Používá se při objednávce, řízení zásob, využívá se častěji, dělí zásoby do 3 skupin:

**A skupina** – materiál, který se nakupuje často, ve velkém množství, ale méně druhů, tvoří 60 % - 80% celkové spotřeby

**B skupina** – materiál, který se snadno a rychle objednává, ale už v menším množství, musíme hlídat min. zásobu, která stanoví velikost zásob, tvoří 15 % -20 % celkové spotřeby

**C skupina** – materiál, který není pro podnik významný, nevyplatí se ho skladovat, tvoří 5 %, snadno a rychle se objednává, malé množství

#### 5. POŽADAVKY NA VÝŠI ZÁSOB

**Maximální zásoba** – stanovuje se u spotřebního materiálu a pravidelných dodávek

Stanovuje max množství zásob, která by neměla být překročena, potřebujeme znát dodávkový cyklus a dodací lhůtu

**Max zásoba** = (dodávkový cyklus + dodací lhůta)\*průměrná denní spotřeba + pojistná zásoba

**Minimální zásoba** – stanovuje takové množství zásob, pod které by zásoba neměla klesnout, aby nedošlo k ohrožení plynulosti výroby, potřebujeme znát dodací lhůtu

**Min zásoba** = dodací lhůta \* průměrná denní spotřeba + pojistná zásoba

## 5 TRŽNÍ MECHANISMUS

### 1. TRH, JEHO ČLENĚNÍ

= místo, kde se setkává nabídka s poptávkou a tvoří se cena

- je místo, kde se střetává prodávající a kupující při určité ceně, přičemž prodávající chce prodat za co nejvyšší cenu a kupující nakoupit za co nejnižší cenu
- místo, kde dochází ke směně (peněžní, naturální)
- je systém velmi rozvinutý mechanismus, založený na tržních vztazích,
- jedná se o stav, kdy je účast na trhu pro všechny subjekty dobrovolná, vstup na trh je relativně snadný,
- cena je určena vzájemným vztahem nabídky a poptávky,
- hlavním motivem pro podstoupení rizika je zisk

#### **Tržní vztahy:**

- jsou vztahy mezi nezávislými výrobci a spotřebiteli zboží, kteří zboží nakupují a prodávají,
- každý výrobce je zároveň spotřebitelem jiného zboží, a tím se vytváří trh, kde vzniká soutěživost (konkurence) mezi prodávajícím a kupujícím

#### **Cena**

- peněžní úhrada, kterou poskytuje kupující prodávajícímu za určité výrobky o určité hodnotě a užitku,
- peněžní vyjádření hodnoty zboží

#### **Znaky tržního mechanismu:**

1. výrobky prochází směnou
2. příjmy jsou důsledkem prodeje
3. prodávající a kupující je závislý na cenách
4. musí být zajištěna možnost svobodné volby povolání

#### **Členění trhu:**

##### **a) Podle území**

místní trh (týká se konkrétního malého místa, regionu, města)  
 národní trh (stát)  
 evropský trh  
 světový trh

##### **b) Podle počtu zboží**

dílčí (týká se jedné skupiny zboží, auta, nemovitosti)  
 agregátní (týká se všeho zboží)

##### **c) Podle druhu zboží**

trh výrobků a služeb  
 trh výrobních faktorů  
 trh peněz (finanční trh - prodej a nákup cizích měn, cenných papírů atd.)

### 2. SUBJEKTY TRHU

Na trhu se pohybují a do trhu zasahují pouze tři subjekty.

#### **1. Domácnosti**

Vstupují na trh za účelem uspokojení svých potřeb, vstupují jako kupující na trh výrobků a služeb a jako poptávající na trh výrobních faktorů. Cílem je maximalizovat svůj užitek.

- jsou to hospodářské jednotky, ve kterých žijí jednotliví občané, provádějí výkony malého rozsahu, pro zajištění života členů domácnosti.
- vystupují jednak jako kupující (potraviny, oblečení, elektronika....), ale také jako prodávající (práce, půda....)

#### **2. Firmy**

Vstupují jako kupující na trh výrobních faktorů a jako prodávající na trh výrobků a služeb. Cílem je maximalizovat zisk.

- jedná se o soubor lidí a prostředků výroby, které slouží a používají se za účelem uspokojování potřeb s cílem dosažení zisku.

- vystupují jednak jako kupující (práce, půda, materiál, suroviny a ostatní výrobní faktory), ale také jako prodávající (zboží, výrobky, služby...)

### 3. Stát

Snaží se usměrňovat a ovlivňovat trh, odstranit negativní vlivy a naopak podporovat vlivy pozitivní (zákony, nařízení). Ovlivňuje inflaci atd.

- zahrnuje veškeré instituce, které danou zemi reprezentují, dle občanského zákoníku je právnická osoba

- stát vystupuje jako kupující (cokoliv formou státních zakázek), prodávající (podniky s podílem státu), zákonodárce (dohled)

Potenciální – trh všech osob mající zájem o výrobek

Použitelný – trh zákazníků mající o výrobek zájem a jsou schopni rovněž za něj zaplatit

### 3. POPTÁVKA

= ochota a schopnost spotřebitelů kupovat za určitou cenu určité množství zboží

- představuje množství zboží a služeb, které chce kupující na trhu koupit za co nejnížší cenu

**- faktory, které ovlivňují poptávku:**

- změna počasí
- změna užitečnosti výrobků
- změna příjmů (příjmy spotřebitelů)
- konkurence
- potřeby spotřebitelů
- místo, kde spotřebitel žije
- cena zboží a služeb

- změna ceny nebo dostupnosti komplementárních(doplňkových) produktů

- druh zboží, kvalita, jakost, značka, ekonomická situace státu, reklama, design

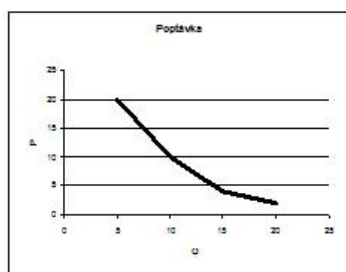
**Čím vyšší je cena, tím je nižší poptávané množství (a naopak):**

1. dílčí – poptávka po jednom výrobku
2. individuální – poptávka jednoho kupujícího
3. agregátní – všichni, kdo zamýšlejí koupit

**Zákon klesající poptávky:** s rostoucí cenou (P) klesá poptávané množství (Q)

### 4. NABÍDKA

= ochota a schopnost prodávajících nabízet za určitou cenu určité množství zboží



P (cena)	Q (množství)
5	20
10	10
15	4
20	2

- představuje množství zboží a služeb, které jsou ochotni prodávající za určitou cenu na trhu nabídnout

**- faktory, které ovlivňují nabídku:**

- cena
- výrobní náklady
- počet výrobců či dodavatelů
- konkurence

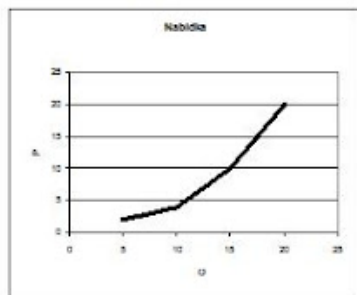
- počasí
- změny technologií

1. dílčí – nabídka jednoho výrobku od více výrobců
2. individuální – nabídka jednoho výrobce
3. agregátní – všechno zboží na trhu od všech výrobců (celková nabídka)

**Čím je vyšší cena, tím vyšší je nabízené množství a opačně:**

- jestliže bude poptávka převyšovat nabídku, bude cena stoupat
- jestliže bude nabídka převyšovat poptávku, bude cena klesat

graf nabídky



P (cena)	Q (množství)
5	2
10	4
15	10
20	20

**Zákon rostoucí nabídky:** s rostoucí cenou (P) roste nabízené množství (Q)

## 5. KLADY A ZÁPORY TRŽNÍHO SYSTÉMU

### **Klady:**

- na trhu jsou nabízeny statky a služby, po kterých je poptávka, dostupné je tedy vše, co potřebujeme
- široký výběr, více možností, více dodavatelů
- častá inovace, právě kvůli vysoké konkurenci
- podnikat může každý

### **Zápory:**

- agresivní kampaně
- velká konkurence
- častá nutnost inovace
- mění se nezaměstnanost, inflace, nastává ekonomická krize...

## 6. ELASTIČNOST NABÍDKY A POPTÁVKY

Elasticita = citlivost jedné proměnné vůči druhé

### **Elasticita poptávky:**

= míra, jakou se změní poptávané množství při změně ceny

- poptávané množství je různě citlivé ke změnám ceny u jednotlivých produktů

= míra, do jaké relativní změna ceny ovlivní relativní změnu poptávky po určitém zboží

- ukazatelem je **koeficient** – daný poměrem procentuálního zvýšení (snížení) poptávaného množství a procentuálního poklesu (růstu) ceny
- je-li poptávka po určitém zboží nepružná, pak má změna ceny jen nepatrný dopad na poptávané množství
- je-li poptávka pružná, bude mít i malá změna ceny poměrně velký vliv na poptávané zboží

### **Méně pružná poptávka je charakteristická pro tyto statky:**

- zboží a služby, které jsou nezbytné/návykové – uspokojují základní potřeby (elektřina, cigarety, alkohol apod.)
- je obtížné nalézt substituty pro dané produkty (pohonné hmoty, elektřina)
- jde o relativně levné zboží – lidé nemají sklon měnit své kupní zvyklosti, když se změní cena něčeho, co je relativně levné (cena výrobku za 10,- se zvýší o 100%, bude to mít menší dopad než u výrobku za 500,-)
- nákup je obtížné odložit – docházející benzín v autě

Výpočet:  $\frac{Q_2 - Q_1}{(Q_2 + Q_1)/2} : \frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2)/2}$

Pružná =  $E > 1$  (1% změna ceny vyvolá víc než 1% změny poptávaného zboží)

Nepružná =  $E < 1$  (1% změna ceny vyvolá méně než 1% změny poptávky)



Jednotková =  $E=1$  (1% změna ceny vyvolá 1% změny poptávky)

### **Elasticita nabídky:**

= citlivost množství nabízených statků a služeb na jejich cenu

- vyjadřuje, o kolik procent se změní nabízené množství statku výrobcí při jednorozměrné změně ceny statku (služby)

- Jedná se o reakci výrobců na změnu ceny

- Matematicky můžeme citlivost výrobců vyjádřit vztahem:

$$E_{PS} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

## **7. SUBSTITUT A KOMPLEMENT**

### **Substitut:**

= statky a služby, které jsou vzájemně zaměnitelné

- přinášejí téměř stejnou potřebu uspokojení (tatrunka/horalka)

- růst ceny jednoho vede k růstu poptávky po druhém

### **Komplement:**

= statky a služby, které se vzájemně doplňují (auto - pohonné hmoty)

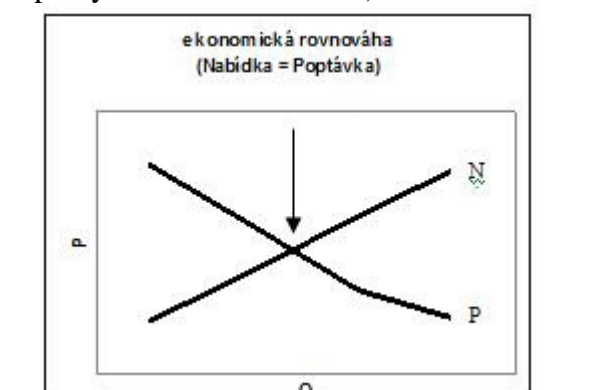
- zvýšení ceny jednoho snižuje poptávku u druhého (když budou auta moc drahá, lidé je nebudou kupovat a tím pádem nebudou tankovat pohonné hmoty, to samé opačně)

## **8. EKONOMICKÁ ROVNOVÁHA**

- nastává v případě, že se poptávané množství = nabízenému množství,

- jedná se však jen o ideální stav, který nemůže v tržních podmínkách nastat, neboť na trhu existuje přebytek (nabídka > poptávka) nebo nedostatek (nabídka < poptávka)

- graficky ekonomickou rovnováhu zachycuje bod, kde se střetá nabídka s poptávkou (tento bod nám ukazuje rovnovážnou cenu a rovnovážné množství, tedy takovou cenu a množství, při níž nedochází ani k přebytku ani k nedostatku)



## 6 PODNIK A PODNIKÁNÍ

### 1. POJEM PODNIKÁNÍ

= Soustavná činnost provozovaná samostatně podnikatelem, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku

**Jedná se o samostatné rozhodování určité osoby o tom:**

1. co bude vyrábět nebo jakou službu bude poskytovat,
2. kde bude vyrábět a jak bude vyrábět,
3. kolik zdrojů do výroby vloží a jak je získá,
4. jaké prostředky k tomu využije,
5. a jakou právní formu zvolí.

**S podnikáním souvisí i rizika:**

- neúspěšnost jeho výrobků a služeb
- konkurence je úspěšnější
- ztráta vynaloženého kapitálu

### **Cíle podnikání**

základní cíl podniku – maximalizace zisku

alternativní cíle podniku – dosažení konkurenční výhody, maximalizace příjmů, minimalizace nákladů, získání věrnosti zákazníků, pronikání na nové trhy...atd.

V rámci podnikání se snažíme a zajištění růstu podniku, tzn. snažíme se zajišťovat a rozšiřovat prodej výrobků a služeb.

### **K tomu je zapotřebí:**

1. udržet si zákazníka a získávat nové zákazníky,
2. vyrábět kvalitní výrobky a poskytovat kvalitní služby,
3. vyhovovat požadavkům trhu,
4. snižovat náklady,
5. odlišovat se od konkurence,
6. zdokonalit organizaci v podniku

### 2. DRUHY PODNIKÁNÍ

- státní podniky
- organizace státního typu
- státní fondy
- družstvo
- politické strany, zájmová sdružení, církevní organizace
- nadace

### **Státní podniky**

- řídí se zákonem o státním podniku,
- je založen státem či jeho organizační složkou a to vydáním zakladatelské listiny s žádostí o zapsání do obchodního rejstříku, vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku
- stát za závazky podniku neručí, ručí podnik celým svým majetkem
- finančním principem státního podniku není maximalizace zisku, ale jen úhrada provozních nákladů

### **Typy státních podniků:**

státní podnik podnikatelského typu – stát jako zakladatel do činnosti podniku nezasahuje, podnik provádí podnikatelskou činnost sám na vlastní účet a zodpovědnost

státní podnik pro uspokojování veřejně prospěšných služeb a zájmů – stát jako zakladatel do činnosti podniku zasahuje

orgány státního podniku (platí pro oba typy podniku):

ředitel – řídí podnik a vystupuje navenek jako statutární orgán

dozorčí rada – je volena a odvolávána pracovním kolektivem na 5 let, plní kontrolní funkce, rozděluje zisk, kontroluje ředitele, dohlíží nad účetní závěrkou

### **Organizace státního typu**

rozpočtové organizace – je to nezisková organizace, nezabývající se podnikatelskou činností, její příjmy a výdaje jsou součástí státního rozpočtu (státní školy, zdravotnická zařízení, městské úřady, policie, soudy, ministerstva, prokuratura ... atd.)

příspěvkové organizace – je to nezisková organizace, která poskytuje své výkony za úplatu nižší, než jsou náklady, a proto k zajištění činnosti musí dostávat příspěvek ze státního rozpočtu (kina, muzea, divadla, oblast výchovy....atd)

### **Státní fondy**

- jedná se o účelové sdružení majetku státu a řídí se zákony o státních фондах

### **Družstvo**

- je právnická osoba založena za účelem podnikání nebo zajištění hospodářských, sociálních a jiných potřeb svých členů,

- jeho obchodní firma musí obsahovat „družstvo“

- jedná se o společnost, ale !nikoliv obchodní společnost!

### **Politické strany, zájmová sdružení, církevní organizace**

- neziskové organizace, které mají zvláštní postavení, plní specifické úkoly v oblasti náboženství, politiky a zájmů občanů

- hospodaří s majetkem svých členů, mohou dostávat příspěvky od státu

### **Nadace**

- jedná se o účelové sdružení majetku fyzických či právnických osob

- jsou to právnické osoby, které shromažďují věcné a finanční dary od různých osob, které zpravidla slouží k podpoře společensky prospěšných činností

- působí například v oblasti školství, výchovy, zdravotnictví, sociální péče ...apod.

## **3. ŽIVNOSTENSKÉ PODNIKÁNÍ**

= určitá soustavná podnikatelská činnost, která se provozuje na základě živnostenského oprávnění za účelem dosažení zisku a na vlastní odpovědnost

- mohou ji provozovat, jak fyzické, tak právnické osoby

- osoby podnikající podle živnostenského zákona se zapisují do tzv. živnostenského zákona

- **za živnost se nepovažuje:** - zemědělská výroba

- lékaři

- advokáti

- námořní doprava

- lesnictví

- umělci

- daňoví poradci

- oblast bankovnínictví

- pojišťovnictví

- podnikatel může mít několik živností

### **podmínky, které musí být splněny pro získání živnostenského oprávnění:**

1. všeobecné: dosažení 18 let věku, právní způsobilost, bezúhonnost, doklad z finančního úřadu o tom, že osoba nemá dluhy

2. zvláštní: odborná způsobilost (výuční list, maturitní vysvědčení, vysokoškolský diplom)

### **Zánik živnosti:**

- uplynutím doby, na kterou byla vystavena,
- zánikem právnické osoby,
- úmrtím fyzické osoby,
- rozhodnutím živnostenského úřadu,
- zaniká pokud daná osoba nezačne podnikat do 5ti let ode dne vydání

### **Základní členění živností:**

#### **1. koncesované**

- podnikání začíná dnem doručení koncesní listiny, je nutná odborná způsobilost, neboť se jedná o obory, u kterých hrozí riziko ohrožení zdraví a života či majetku
- taxi služby, zastavárny, nákup a prodej zbraní, nákup a prodej výbušnin, provozování střelnic, čerpací stanice, směnárny

#### **2. ohlašovací**

- začínají dnem ohlášení
- a) řemeslné – je nutná odborná způsobilost, kterou je nutno doložit dokladem (řezník, prodavač, tesař, truhlář, zlatník, kovář, kadeřník, číšník, kuchař, elektrikář...atd.)
- b) vázané – odborná způsobilost je dána předpisy (učitel autoškoly, projektant, oční optik, psychologické poradenství...atd.)
- c) volné – jsou takové, pro které zákon nevyžaduje prokazování odborné způsobilosti

### **Členění živnosti podle předmětu podnikání:**

1. výrobní – podstatou je výroba a prodej výrobků
2. obchodní – podstatou je nákup a prodej zboží
3. poskytování služeb – oblast oprav, údržba, přeprava osob, práce a výkony k uspokojování potřeb

### **Postup při zřizování živnosti:**

1. osoba se svobodně rozhodne a zvolí druh živnosti
2. vyžádá si výpis z trestního rejstříku, zaplatí kolek za 50 Kč
3. zajde na finanční úřad pro potvrzení, že nemá žádné dluhy a závazky
4. zajde na živnostenský úřad:
  - a) vyplní žádost o živnostenské podnikání
  - b) předloží občanský průkaz, výpis z trestního rejstříku, potvrzení z finančního úřadu
  - c) uhradí poplatek (živnostenský list 1000 Kč, koncesní listina 2000 Kč)
  - d) živnostenský úřad vydá živnostenský list nebo koncesní listinu a přidělí IČO (pod kterým je osoba registrovaná v živnostenské rejstříku)
5. založí si účet (nemusí se)
6. zaregistruje se na finančním úřadu k dani z příjmu
7. zaregistruje se u okresní správy sociálního zabezpečení (sociální pojištění) a u zdravotní pojišťovny (zdravotní pojištění)
8. dnem vzniku živnosti musí začít vést účetnictví, které se musí vést po celou dobu podnikání

### **4. PODNIKATEL – ČLENĚNÍ A VYMEZENÍ**

= Fyzická nebo právnická osoba

#### **Podle obchodního zákoníku se za podnikatele považují:**

1. osoby, které podnikají podle živnostenského zákona,
2. osoby, které nepodnikají na základě živnostenského zákona, ale dle zvláštních předpisů (lékaři, advokáti, soudci..)
3. osoby, které provozují zemědělskou výrobu a jsou zapsány do evidence dle zvláštních předpisů,
4. osoby zapsané v obchodním rejstříku

### **Fyzická osoba:**

= občan, který má dvojí způsobilost:

1. způsobilost k právu a povinnostem (tzv. právní subjektivita) – vzniká narozením
  2. způsobilost k právním úkonům – nabývá dnem plnoletosti (fyzická osoba může nabývat práva a zavazovat se k právním povinnostem – např. uzavřít smlouvu)
- musí být zapsán v živnostenském rejstříku u příslušného městského či krajského úřadu
  - podniká na základě živnostenského oprávnění či koncese
  - podniká podle zvláštních předpisů – lékař, advokát sdružují se v profesních komorách, které na ně dohlíží
  - podniká se v oblasti hospodářství (zemědělství)
  - v evidenci je veden jako samostatně hospodařící podnik
  - jednání vede pod svým jménem nebo jménem jeho firmy, které ho odlišuje od ostatních
  - > jméno + příjmení+ dodatek => OSVČ

### **Právnícká osoba:**

– uměle vytvořený útvar lidmi, který podle zákona představuje samostatný subjekt práv a závazků.

Podle zákona se za právnickou osobu považují:

1. sdružení fyzických nebo právnických osob,
  2. občanská sdružení,
  3. družstva,
  4. obchodní společnosti,
  5. církve, politické strany, hnutí, zájmová sdružení, nadace, fondy, státní podniky, banky, pojišťovny, spořitelny
- obchodní společnost (s. r. o., a. s.), veřejná PO (stát)
  - jedna nebo více FO
  - zapsána v OR

**Obchodní rejstřík** – veřejný seznam, do kterého se zapisují stanovené údaje týkající se podnikatelů nebo organizačních složek jejich podniků, o nichž to stanoví zákon

Zapisují se tyto údaje:

- firma (obchodní jméno), u PO sídlo, u FO bydliště a místo podnikání
- identifikační číslo
- předmět podnikání
- právní forma podnikání
- statutární orgány
- prokura
- základní kapitál
- vklady společníků

**Obchodní firma** – je název podniku, pod nímž podnikatel jedná, musí se odlišovat od obchodních firem jiných podniků.

### **Fyzická osoba:**

– jméno a příjmení (např. Petr Novák)

– jméno a příjmení + ostatní dodatky osobní (Petr Novák, mladší) nebo věcné (Petr Novák, Velký Újezd)

### **Právnícká osoba:**

- název odvozený od předmětu podnikání
- věcný (název, právní forma, místo působnosti = Kovona, a.s., Karviná)
- smíšený (zahrnuje osobní i věcné dodatky = Marný – Jitex, s.r.o)

## 5. NORMY UPRAVUJÍCÍ PODNIKÁNÍ

- **Živnostenský zákon** – vymezuje podmínky pro podnikání FO
- **Zákon o osobních korporacích** – vymezuje podmínky pro podnikání PO
- **Občanský zákoník** – řeší vztahy mezi FO a PO
- **Zákoník práce** – tím se řídí zaměstnanci
- **Všeobecné podmínky** – 1. bezúhonnost, 2. právní způsobilost (lze podnikat pod dohledem dospělé osoby)
- **Zvláštní podmínky** – vyžadují odbornou či jinou způsobilost (v příloze živnostenského zákona)

## 6. PODNIK A JEHO SLOŽKY, ČLENĚNÍ PODNIKŮ

= soubor lidí (podnikatel + zaměstnanci) a prostředků výroby, které slouží a používají se za účelem k uspokojování cizích potřeb s cílem dosažení zisku či jiných cílů podnikání

= soubor hmotných (budovy, stroje, auta), nehmotných (licence, software) a osobních složek (kvalita a schopnost pracovníků), které slouží k provozování podniku

- **musí splňovat dva znaky:** 1. právní subjektivita (vystupuje sám pod svým jménem a uplatňuje svá práva a povinnosti)  
2. ekonomická samostatnost (je finančně nezávislý)

- všechny tyto složky se promítanou do ceny podniku

### **Členění podniků:**

- a) podle činnosti:**
  - výrobní podniky (kofola)
  - obchodní podniky (Tesco)
  - dopravní a spojové podniky (Česká pošta)
  - peněžní podniky (Česká spořitelna)
  - službové podniky (kadeřnictví)
- b) podle velikosti:**
  - malý podnik (do 25 zaměstnanců)
  - střední podnik (300-500 zaměstnanců)
  - velký podnik (nad 500 zaměstnanců)
- c) podle právní formy:**
  - živnostníci
  - obchodní společnosti (s.r.o., a.s.)
  - družstva
  - státní podniky (České dráhy)
  - ostatní formy podnikání (tichý společník)
- d) podle cíle hospodaření:**
  - ziskové (výdělečné) – hlavním cílem je dosažení zisku
  - neziskové (nevýdělečné) – mají jiný cíl než zisk

## 7. ZALOŽENÍ PODNIKU

- Předpokladem je nápad, pak se udělá průzkum co trh nabízí a vytvoří se plán realizace
- Podnikatel by měl zpracovat podnikatelský záměr (slouží k prezentaci podnikatele) a zakladatelský výpočet

- **Založení obchodní společnosti:**
  - 1. založení – sepsání smlouvy mezi společníky, zakladatelská listina (pokud je jediný zakladatel)
  - 2. vznik – zápis do obchodního rejstříku

## 8. HLEDISKA PRO VOLBU PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ

- Kdo ji bude řídit- majitel, společníci
- Počet společníků
- Výše vkladu
- Daňová povinnost

- Rozdělení zisku – rovným dílem, nebo jinak
- Ručení – omezené, neomezené
- Podíl na likvidaci
- Velikost podniku
- Předmět podnikání

## 9. RUČENÍ A PLNÁ MOC

### Plná moc

= má písemnou formu a musí v ní být uveden rozsah zmocnění

#### - může být udělena:

- pracovníkovi podniku, který není statutárním orgánem ani nemá oprávnění jednat na základě svého pracovního zařazení
- občanovi, který není pracovníkem podniku (např. advokát)
- jinému podniku

#### Plná moc zaniká:

- provedením úkonu
- uplynutím času
- odvoláním ze strany podnikatele
- výpovědí ze strany zmocněnce
- smrtí zmocněnce
- zánikem podniku

- Zvláštní formou plné moci je **prokura**

### Prokura

= nejširší plná moc udělovaná při provozu podnikatelské činnosti

Prokura	Charakteristické znaky	Plná moc
Podnikatelem	Udělena	Kýmkoliv
Fyzickým osobám	uděluje se	Fyzickým i právnickým osobám
Vyplývající z provozu podniku	Ize udělit na úkony	Na jakýkoliv úkon
Ano	zapsáno v OR	Ne
Prokurista	označení nositele	Zmocněnec
Nemusí	obsahovat rozsah zmocnění	Musí

## 10. ZRUŠENÍ A ZÁNÍK PODNIKU

### Zrušení:

#### 1. na základě dobrovolného rozhodnutí podnikatele:

- uplynutím doby, na kterou byl podnik zřízen
- dosažením účelu
- rozhodnutím společníků
- přeměnou (změna právní normy, rozdělením)
- úmrtím majitele

#### 2. nuceně:

- rozhodnutím soudu
- prohlášením bankrotu

- u FO je moment zrušení a zániku podniku totožný

- u PO je odlišný zánik, nastává dnem výmazu z OR a předchází mu zrušení to má 2 podoby:

**a) bez likvidace:** podnikatel se rozhodne k transformaci společnosti v jinou právní formu, k rozdělení společnosti nebo fúzi s jiným podnikatelem, podnik stále existuje, ale jako jiný právní subjekt

**b) s likvidací:** - kapitál zanikajícího podniku nepřechází na nového právního nástupce

- vstup do likvidace se zapisuje do OR
- jménem společnosti jedná likvidátor, jmenovaný statutárním orgánem, jeho jméno je v OR
- likvidátor vypořádává závazky podniku
- zjistí-li v průběhu likvidace předlužení podniku – podnik není schopný pokrýt závazky svým majetkem, podává návrh na zahájení konkurzního řízení

**Zrušení podniku** = rozhodnutí příslušného orgánu o tom, že podnik přestane existovat

**Zánik podniku** = zanikne dnem, kdy byl proveden jeho výmaz z OR

## 11. STATUTÁRNÍ ORGÁNY

= všechny, i ty nejmenší firmy na světě musí mít své vedení a statutární orgány

- bez toho by nemohly příliš dobře fungovat, firmy samy o sobě by totiž nejspíš příliš daleko nedošly
- pod pojmem „statutární orgány obchodní společnosti” si představte **osobu či osoby, které rozhodují o zásadních věcech ve firmě**, o jejím dalším působení a zastupují firmu navenek

### **Statutární orgány u společnosti s ručením omezeným:**

= statutárním orgánem jsou „**jednatelé společnosti**”

- jednatelem společnosti může být buď jedna osoba fyzická osoba, anebo více fyzických osob najednou
- jednatelé společnosti zastupují firmu navenek, řídí činnost společnosti, plánují podnikatelské záměry a jsou zkrátka typickou podobou majitelů firmy

### **Statutární orgány u akciové společnosti:**

= akciová společnost má totiž ve svém čele **představenstvo**

- členové představenstva jsou voleni valnou hromadou a kontrolním orgánem její činnosti je **dozorčí rada**

- valná hromada je shromáždění všech akcionářů, tedy jinak řečeno vlastníků - jedná se o nejvyšší orgán akciové společnosti

- dozorčí rada dohlíží na působnost představenstva, u akciové společnosti se totiž obchoduje už od začátku s milióny korun, na které je potřeba dohlížet

- vedení společnosti, tedy představenstvo, si tak nemůže dělat, co se mu zlíbí.

- představenstvo kromě činností, které vykonávají i jednatelé s.r.o., předkládá také na valné hromadě účetní závěrku, dále má možnost svolat valnou hromadu a řídí se jejími pokyny

### **Statutární orgány u veřejné obchodní společnosti:**

- statutárním orgánem může být buď jeden, nebo všichni společníci

- záleží pouze na domluvě mezi společníky

- společníci řídí chod firmy, zastupují firmu navenek, hradí škody a závazky společnosti, plánují podnikatelské záměry a zajišťují vedení evidence a účetnictví

### **Statutární orgány u komanditní společnosti:**

= jedná se o komanditisty a komplementáře

- komanditisté mají v této firmě za úkol splatit svůj vklad a po splacení nemají vůči společnosti žádné další závazky

- komplementáři naproti tomu ručí za všechny závazky společnosti celým svým majetkem a zároveň také zastupují firmu navenek



## 7 OSOBNÍ OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI

### 1. ČLENĚNÍ OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ

= právnická osoba založena za účelem podnikání a je prohlášena za obchodní společnost v obchodním zákoníku

- zakladatelé i společníci mohou být, jak fyzické, tak i právnické osoby

#### **Obchodní korporace se člení na:**

**a) Kapitálové** - ze zákona o OK musí vyvážet ZK (akciová společnost 2 mil, společnost s ručením omezeným 1 Kč za 1 společníka), ručí do výše vkladu

#### **b) Osobní**

- ručí celým svým majetkem (veřejná obchodní společnost, komanditní společnost) dále se pak ještě člení na evropskou společnost a evropské hospodářské zájmové sdružení

- v. o. s. a k. s.

- neomezené solidární ručení společníků za závazky společnosti (tzn. i svým osobním majetkem, kterýkoliv ze společníků může být vyzván, aby uhradil všechny dluhy společnosti a je už jeho věcí jak vyřeší své vyrovnání)

- solidární ručení neznamená, že všichni ručí stejným dílem

- nemají ze zákona předepsaný minimální kapitál

### 2. VEŘEJNÁ OBCHODNÍ SPOLEČNOST – ZALOŽENÍ A VZNIK, CHARAKTERISTIKA

- Minimální počet zakladatelů je 2 FO

- **Založení** - sepsání společenské smlouvy

- **Vznik** – dnem zápisu do OR

- Společníci mají stejná práva, pokud smlouva nestanoví jinak

- Nemusí vytvářet ZK, ale mohou

- Každý společník ručí celým svým i osobním majetkem

- Statutárním orgánem může být jeden nebo více společníků

- Rozdělení zisku podle vkladu společníků

### 3. KOMANDITNÍ SPOLEČNOST – CHARAKTERISTIKA

- Právnická osoba

- Minimálně 2 společníci k založení - komanditista a komplementář

- Založení společenský smlouva (ve smlouvě napsáno kdo je komplementář a kdo komanditista)

- Vznik zápisem do OR

- **Komanditista** - vkládá do společnosti kapitál (minimálně 5000,- , neřídí společnost, nerozhoduje o jejím chodu, může nahlížet do UCE knih, ručí za závazky společnosti do výše nezaplaceného vkladu)

- **Komplementář** - nevkládá kapitál, řídí společnost, rozhoduje o jejím chodu, ručí za závazky společnosti celým osobním majetkem

- Nejvyšším orgánem této společnosti je komplementář

### 4. ZRUŠENÍ A ZÁNİK OBCHODNÍCH OSOBNÍCH SPOLEČNOSTÍ

- **Důvod:** výpověď společníka, rozhodnutí soudu, smrt společníka, bankrot, na základě právní události atd..

- **Zánik** - den vymazání z OR

- **Zrušení** - dobrovolné - prodej nebo fúze (spojení s jinou společností) - zrušení bez likvidace

- nedobrovolné - z důvodu platební neschopnosti (společnost není schopná dostát svým závazkům) -

zrušení s likvidací - rozprodává se veškerý majetek, věřitelé se přihlásí k likvidačnímu správci a postupně se splácí jejich pohledávky

## 5. ZÁKLADNÍ ÚDAJE PRO ZÁPIS DO OBCHODNÍHO REJSTŘÍKU

- **Obchodní jméno** - název firmy + právní forma podnikání
- Sídlo společnosti
- Datum vzniku a založení společnosti
- Jména zakladatelů - výše jejich vkladu
- Výše ZK
- Orgány společnosti
- Předmět činnosti
- IČO, DIČ

## 5. ROZDĚLENÍ ZISKU VE V.O.S. A K.S.

**VOS** – zisk rozdělen podle výše vkladů nebo rovným dílem (podle smlouvy)

**KS** – polovina jde komplementářům - ti si zisk rozdělují rovným dílem, každý si sám zdaní daňové přiznání, druhá polovina jde komanditistům - ti si zisk rozdělují podle výše vkladů

- veškeré změny, které se týkají řízení společnosti nebo rozdělení zisku musí být uvedeny ve spol. smlouvě, pokud tam nejsou, platí výše uvedená pravidla

## 8 KAPITÁLOVÉ OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI

### 1. PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ

- **Družstva** = sdružení společníků nebo vlastníků majetku sestavené za účelem zájmů členů (bytové družstvo) nebo za účelem podnikání (zemědělské družstvo)

Obchodní korporace

**a) osobní** - neomezené ručení (ručí majetkem společnosti i svým)

**b) kapitálové** - ručení omezené (pouze vloženým majetkem) = a. s., s. r. o.

**FO** = OSVČ - podnikání na základě živnostenského oprávnění

povolení všeobecné = plnoletost, bezúhonnost,

zvláštní = odborné vzdělání, praxe v oboru

**PO** = osoba nebo skupina lidí podnikající pod společným jménem, musí být zapsána v OR

### 2. ČLENĚNÍ OBCHODNÍCH SPOLEČNOSTÍ

- Vychází ze zákona o obchodních korporacích

**a) Osobní (veřejná obchodní společnost, komanditní společnost)**

- Společníci ručí celým svým majetkem
- Podílí se na vedení firmy
- Nemají povinnost vkladu (kromě komanditistů)
- Vykonává podnikatelskou činnost

**b) Kapitálové (akciová společnost, společnost s ručením omezeným)**

- Společníci buď neručí, nebo ručí do výše vkladu
- Může provozovat i jinou než podnikatelskou činnost
- Společníci mají povinnost vkladu
- Nemusí se podílet na řízení firmy

### 3. KAPITÁLOVÉ OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI, ČLENĚNÍ, VZNIK A ZÁNİK

- **Členění** - akciová společnost, společnost s ručením omezeným - jsou ze zákona povinné vytvářet ZK

- **Založení**: sepsáním společenské smlouvy - více společníků nebo zakladatelské listiny (jeden zakladatel)

- Zapsáním do OR (název, zakladatel, sídlo, prokurista, ZK, datum vzniku, forma podnikání a předmět činnosti)

- **Vznik**: do šesti měsíců od založení, den zápisu do OR

- **Zrušení**: firma nechce nebo není schopna vykonávat podnikatelskou činnost

A) dobrovolné - na dobu určitou, prodej

B) nedobrovolné - firma není schopna dostát svým závazkům

- **Zánik**: den kdy je vymazána z OR

### 4. AKCIOVÁ SPOLEČNOST

- Její ZK je rozdělen na určitý počet akcií o nominální hodnotě

- ZK minimálně 2 miliony Kč nebo 80 000 euro

- zodpovídá za závazky celým svým majetkem

- společníky mohou být osoby fyzické, právnické početně neomezené

- může být založena jedním zakladatelem za podmínky, že je to právnická osoba, jinak s 2 a více zakladateli

- jeli více zakladatelů, musí být zakladatelská smlouva

- **Tržní hodnota akcie** = cena akcie na trhu

- **Emisní ážio** = rozdíl mezi nominální a prodejní cenou akcie, který vzniká při úpisu nových akcií nebo při založení a. s.

**Podoby akcie:**

- a) listinná - základní info o a. s. a nominální hodnota, kupónový arch

b) zaknihovaná - nemá fyzickou podobu – existuje jako zápis v centrálním rejstříku CP

- Společníci tzv. Akcionáři

**- Orgány společnosti:**

- Valná hromada – všichni společníci, schází se nejméně 1 do roka

- Představenstvo statutárního orgánu rozhoduje o všech nejdůležitějších otázkách

- Dozorčí rada musí mít nejméně 3 členy

**1. Dualistický systém**

a) Představenstvo – řídí činnost společnosti a jedná jejím jménem, předkládá uzávěrku valné hromadě

b) Dozorčí rada – dohlíží na výkon představenstva

**2. Monistický systém**

a) Správní rada – má 3 členy, z toho jeden předseda, organizuje a řídí činnost správní rady

b) Statutární ředitel – jmenován správní radou, spravuje obchodní vedení společnosti

**5. SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM**

- Je založena jednou nebo více FO

- ZK minimálně 1 Kč od každého společníka

- Nejčastější druh společnosti

- Zisk je rozdělen mezi společníky podle výše vkladů (neurčí-li smlouva jinak)

- Orgány společnosti: valná hromada = všichni společníci, svolává ji jednatel, jednatelé, dozorčí rada

**6. ORGÁNY**

**Valná hromada:**

- nejvyšší orgán společnosti
- schvaluje roční účetní závěrky
- rozděluje zisk
- schvaluje stanovy
- rozhoduje o zrušení společnosti
- společník se zúčastní valné hromady osobně nebo na základě písemné moci

**Dozorčí rada:**

- se zřizuje stanoví-li tak společenská smlouva
- dohlíží na činnost jednatelů
- přezkoumává roční účetní závěrku
- podává zprávy valné hromadě

**7. RUČENÍ V KAPITÁLOVÝCH SPOLEČNOSTECH**

- **omezené (kapitálové)** - a.s. = společnost ručí celým majetkem, společníci neručí, s. r. o. = společnost celým svým majetkem, společníci do výše nesplacených vkladů

- **neomezené (osobní)** - společníci ručí celým svým vkladem firemním i osobním

**8. REZERVNÍ FOND**

= tvorba rezervního fondu je dobrovolná a jeho zřízení závisí zcela na uvážení společnosti

- rezervní fond je vytvořen ujednáním ve společenské smlouvě

- existence rezervního fondu má vliv na rozdělování podílů na zisku

- akciová společnost vykazující v rozvaze v aktivech vlastní akcie má zákonnou povinnost vytvářet zvláštní rezervní fond

## 9 MARKETING

### 1. POJEM MARKETING

=proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a uspokojení potřeb a přání zákazníka výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů firmy

- z angličtiny market znamená trh
- z hlediska marketingového chápání je trh souhrnem všech spotřebitelů (kupujících, zákazníků)
- existuje celá řada definic marketingu, všechny mají vždy jeden společný subjekt a tím je **zákazník** a uspokojení jeho potřeb a přání, zákazník je podstatou marketingu

#### **Příklady definic marketingu:**

1. Marketing je souhrn opatření vycházejících z trhu a na trh zaměřených
2. Marketing je myšlení orientované na trh, tzn. na zákazníka

**Obecně lze říci, že marketing je:**

- průzkum trhu
- nauka o tom, jak prodat
- boj o zákazníka

### 2. ZÁKLADNÍ PODNIKATELSKÉ KONCEPCE

#### **1) Výrobní podnikatelská koncepce**

- hodně výrobků za nízkou cenu
- zákazník se zajímá více o cenu než kvalitu
- firma investuje do reklamy jen minimálně, více do výrobních prostředků (aby byla výroba levnější)
- byla uplatňována ve 20. letech našeho století (rozvoj techniky, hromadná výroba, zdokonalování organizace)
- vychází z předpokladu, že zákazník bude preferovat výrobky, které budou levné a snadno dosažitelné ® podnik musí dosahovat vysokých objemů výroby, které při využívání nové techniky a technologie zajistí nižší náklady na jednotku výroby a nižší cenu výrobku
- heslo: "Kvalitní a levný výrobek si rád koupí každý zákazník."
- představitelé: firma Baťa v převál. ČSR, Ford (USA), Texas Instrument (USA)

#### **2) Výrobová podnikatelská koncepce**

- méně, kvalitních, ale dražších výrobků, vysoká cena
- zákazník preferuje kvalitu (nebo vyšší výkon)
- výrobky jsou inovovány, vylepšovány
- investice firem směřuje do reklamy
- vychází z předpokladu, že zákazník bude při nákupu dávat přednost výrobkům nejvyšší kvality
- podnikatel věří, že zákazníci budou volit při nákupu především kvalitu, výjimečnost
- výrobce přehlíží skutečné potřeby zákazníků, vlivy působící na jejich rozhodování, nevnímá co se na trhu děje a jaké jsou přání a chování zákazníků
- výsledkem může být přechod zákazníků k výrobkům konkurenční firmy, které mohou být stejně kvalitní, ale za méně peněz

#### **3) Prodejní podnikatelská koncepce**

- firmy investují do podpory prodeje
- koncepce předpokládá, že zákazník má k nakupování odpor
- nejagresivnější – důraz kladen na oslovování zákazníků, ochutnávky, předvádění akce
- cílem je prodat to, co je již vyrobeno
- prodávání se soustřeďuje na potřeby prodávajícího
- vyplynula z hromadné výroby, která potřebovala masovou distribuci a prodej
- cílem výrobce je prodat to, co vyrobil, nikoliv vyrábět to, co by prodal tzn. "prodat za každou cenu"
- podnik nevychází při výrobě produktů z potřeb a přání zákazníka, ty jsou až druhotné

#### 4) Marketingová podnikatelská koncepce

- soustřeďuje se na potřeby kupujícího
- zákazník není závislý na prodejci, ale prodejce na něm
- je založena na oboustranné komunikaci mezi trhem a výrobcem (existence zpětné vazby)
- vychází z pochopení trhu, tj. potřeb a přání zákazníků a následovném přizpůsobení výrobku "výrobce musí prodávat výrobek, který zákazník chce"
- výrobky budou kupovat dvě skupiny zákazníků:
  1. noví zákazníci je velmi nákladné je získat
  2. stávající zákazníci pro budoucnost podniku je velmi důležité si udržet věrné a spokojené zákazníky
- přicházejí si výrobek opět koupit
- kupují i jiné výrobky podniku
- nevěnují tolik pozornosti konkurenčním výrobkům
- hovoří o podniku se svým okolím pozitivně

Marketingově orientovaný podnik se nezaměřuje na celý trh, ale pouze na jeho část, tzv. cílový trh tj. určitá skupina zákazníků vybraná dle předem stanovených hledisek (např. podle věku, pohlaví, regionu, ...). Výběr se potom promítne do výběru druhu reklamních prostředků, ceny výrobku, jeho balení, apod., to vše k plné spokojenosti zákazníků.

#### 5) Sociální marketingová koncepce

- přiklání se k potřebám celé společnosti
- ochrana ŽP – ekologické uvědomění
- výzkum civilizačních chorob, společné zájmy
- vychází z marketingové koncepce a je nejnovější koncepcí
- jejím cílem je dát do souladu potřeby a zájmy zákazníků a podniku s potřebami a zájmy společnosti
- podnik musí brát do úvahy při svých aktivitách celospolečenské zájmy: např. ekologické chování, etické, sociální apod., aby se nedostal do rozporu se zákonem
- od zákazníků i podniků se např. žádá "inteligentní spotřeba", která nebude mít za následek ekologické ohrožení lidstva

## 2. PROSTŘEDÍ MARKETINGU

- podnik je při své činnosti ovlivňován prostředím, ve kterém působí
- působí na něj řada vlivů z jeho okolí i zevnitř
- některé z těchto vlivů jsou ovlivnitelné více, jiné méně
- obecně lze říci, že většina vlivů vnitřních, působících uvnitř podniku, je více ovlivnitelná managementem podniku než vlivy působící na něj z jeho okolí

#### **Vnitřní vlivy:**

- působí uvnitř podniku
- mezi ně patří např.:
  - organizace a řízení
  - vybavenost
  - finanční situace
  - vnitřní konkurence
  - úroveň technického rozvoje
  - lidské zdroje
  - umístění podniku
  - image podniku

#### **Vnější vlivy**

- základním cílem podniku je upokojovat přání a potřeby zákazníků
- aby podnik své cíle mohl plnit, musí neustále vstupovat do kontaktu s řadou jiných subjektů
- tyto subjekty tvoří podnikové mikroprostředí, podnik se svým mikroprostředím působí v určitém makroprostředí. Jeho znalost je mnohdy pro podnik životně důležitá.

**Vlivy mikroprostředí:****1) Konkurence**

- trh je dynamický celek, který se neustále mění a podniky ovlivňují svými aktivitami chování konkurence
- jednání konkurence působí na rozhodování podniku (podnikový marketing musí studovat strategii svých konkurentů na trhu a počítat s ní ve svých plánech a rozhodnutích)
- "Trh je místem, kde neustále někdo vítězí, ale i prohrává." Podniky, které chtějí vítězit, musí znát svou konkurenci a reagovat na její podněty.

**2) Zákazníci**

- představují cílové trhy podniku
- jedno z možných členění:
  - spotřebitelské trhy
  - průmyslové trhy
  - obchodní trhy
  - státní trhy
  - mezinárodní trhy

**3) Partneři (partnerské firmy)**

- podnik spolupracuje při svých činnostech s řadou firem, které tvoří jeho konkurenci, ale na základě kontaktu se podílí na jeho aktivitách
- jedná se o dodavatele, zprostředkovatele (osoby, které vyhledávají zákazníky nebo uzavírají obchody), firmy zabývající se fyzickou distribucí (např. dopravci, velkoobchody), firmy poskytující marketingové služby (např. reklamní agentury, poradenské firmy),....

**4) Veřejnost**

- tj. skupiny obyvatelstva, které mohou ovlivňovat chování podniku:
  - *místní komunita* (tvorí ji obyvatelstvo a úřady oblasti, ve které je podnik fyzicky situován); vztah mezi komunitou a podnikem může být pozitivní (např. sponzoruje místní aktivity) nebo negativní (např. znečišťuje životní prostředí)
  - *zájmové skupiny občanů* - prosazují zájmy celospolečenské nebo jen zájmy své skupiny; patří zde např. hnutí zelených, Greenpace, hnutí na ochranu zvířat, ...; jejich akce mohou na podnik působit opět pozitivně nebo negativně
  - *sdělovací prostředky* - ovlivňují pohled široké veřejnosti na činnost podniku (informace o podniku by měly být co nejobjektivnější)
  - *zaměstnanci podniku* - mají pozitivní (vhodně firmu reprezentují, vytvářejí image firmy,...) nebo negativní vztah ke své firmě

**Vlivy makroprostředí:****1) Ekonomické prostředí**

- zahrnuje činitele, kteří ovlivňují kupní sílu obyvatel a strukturu jejich výdajů

**2) Politické prostředí**

- silně ovlivňuje podnikání; patří zde především legislativa (má i za úkol chránit spotřebitele a zájmy celé společnosti)

**3) Demografické prostředí**

Demografie je věda zabývající se zkoumáním populace (obyvatelstva). Pro podniky jsou to zákazníci.

- podniky zajímá růst populace v různých oblastech země, hustota osídlení, přesuny obyvatel, velikost populace, věkové složení, rozdělení podle pohlaví, vzdělání populace, porodnost, ....

Současné demografické trendy v hospodářsky vyspělých státech:

- obyvatelstvo stárne (nižší porodnost, zlepšující se lékařská péče)
- pozdější sňatky (počet dětí 1 - 2)
- vyšší zaměstnanost žen (to má za následek změny postavení hodnot v rodinách)
- vyšší vzdělanost

#### 4) Přírodní prostředí

- působí zejména prostřednictvím omezenosti přírodních zdrojů a nutnosti podniku chovat se k přírodě a životnímu prostředí co nejšetrněji
- změny v technice a technologii přináší i negativní změny v oblasti životního prostředí, zejména: - nedostatek surovin (omezené obnovitelné zdroje, jako např. lesy, potraviny, omezené neobnovitelné zdroje surovin ® hledání náhradních materiálů)
- zvýšený stupeň znečištění (sklárky tuhých odpadů, problémy s obaly, saponáty)

#### 5) Technický pokrok a technologické prostředí

- je charakteristické zrychlujícím se tempem technologických změn (výrobky, které jsou pro nás běžné, nebyly starším generacím známy)
- podniky musí sledovat změny v technologiích a zkoumat, jak nové technologie mohou uspokojit zákazníky; přitom musí brát v úvahu i trend, že lidé chtějí ujištění o bezpečnosti nových výrobků

#### 6) Kulturní a sociální prostředí

- tzn. faktory vyplývající z hodnot, zvyků, přístupů a preferencí obyvatelstva určité země, celkový směr v chování a jednání

### 3. PŘÍSTUPY K MARKETINGU

#### a) individuální marketing

- zaměření na potřeby jednotlivých zákazníků
- základní produkt je stejný, jen se mění jeho vlastnosti (plná výbava v autě), nebo je produkt “na zakázku” (kuchyňský kout)
- Není ho na trhu mnoho, ale plní zákaznickou potřebu na 100%

#### b) cílený marketing

- zahrnuje 3 kroky, které na sebe navazují

1) **segmentace** = rozdělení trhu na skupiny podle věku, pohlaví, zájmů, atd...

2) **targeting** = výběr segmentu na který se zaměříme

3) **positioning** = dostat firmu a její produkt do povědomí zákazníka

### 4. PRŮZKUM TRHU

- první krok před zavedením produktu na trh
- **Analýza konkurence** = kolik je konkurence, jaké má produkty a jaké ceny, sídlo
- **Swot analýza** = S silné stránky, W slabé stránky, O příležitosti, T hrozby
- **Peste analýza** = P politickoprávní oblast- zákony v dané zemi
  - E ekonomická oblast – ekonomika státu
  - S sociální oblast - potřeby obvatel
  - T technologická oblast
  - E ekologická oblast - životní prostředí

#### **Předmětem marketingového výzkumu může být:**

- a) cílová skupina
- b) cena, produkt
- c) distribuční kanály
- d) marketingová komunikace



## 5. MARKETINGOVÝ MIX

=souhrn marketingových nástrojů, kterými podnik působí na zákazníky

- Podstatou tohoto působení je: "správný výrobek správným kupujícím v pravý čas a na správném místě za cenu, která odpovídá platebním možnostem kupujícího, což zajišťuje podnikatelský zisk."

=dlouhodobé plánování marketingu – **produkt, cena, distribuce, propagace**

- základem každého správného marketingového rozhodnutí je zákazník

- cílem podniku (podnikatele) je pochopit jaké jsou jeho potřeby, na základě toho připraví správnou kombinaci marketingového mixu

- spojení čtyř základních marketingových nástrojů, které firma používá k tomu, aby usilovala o dosažení svých cílů

- zahrnuje všechny aktivity, které firma vyvíjí, aby vzbudila poptávku po svých výrobcích a službách

**1 Produkt** – užitek výrobku, značka, balení, sortiment, kvalita, záruky, design, image výrobce, doplňkové služby

**2 Cena** – zahrnuje nejen samotnou cenu, ale také náklady, různé velkoobchodní či maloobchodní ceníky, slevy, cenové akce, náhrady, možnosti úvěru či platební podmínky

**3 Distribuce** – sem patří celá cesta produktu od výrobce k zákazníkovi, čili prodejní kanály, logistika, způsoby dopravy, dostupnost, prostředníci a zprostředkovatelé, i samotné místo prodeje, ať už se jedná o kamennou prodejnu, síť obchodních zástupců nebo e-shop

**4 Propagace** – zastřešuje všechny nástroje, jejichž cílem je dát o produktu vědět, zaujmout, informovat zákazníka nebo budovat image firmy a značky. Reklama, Public Relations, podpora prodeje, sociální sítě, internetový marketing, šeptanda atd.

### **1 Produkt - výrobek**

- v marketingovém pojetí je výrobek jakýkoli hmotný statek, služba nebo myšlenka

- uspokojuje určité potřeby a přání zákazníka.

**1. úroveň: jádro produktu** – to je to, jakou potřebu ten výrobek uspokojuje

**2. úroveň: zhmotnělý produkt** – zahrnuje 5 základních komponent:

obal,  
značku,  
design  
styl,  
kvalitu

(chut', vůně, vzhled, čerstvost)

**3. úroveň: rozšířený produkt** – patří sem služby spojené s produktem:

záruka  
instalace  
poprodejní služby  
prodej na splátky

**4. úroveň: totální produkt** – to je emoční vnímání produktu zákazníkem, tzn.

jaké rysy tomu výrobku připisuje zákazník – rysy luxusního výrobku nebo běžného výrobku  
image výrobku

pověst výrobku a firmy (je třeba rozvíjet dobrou pověst – řeznická firma může uspořádat zabijačkové hody o pouti nebo při nějaké slavnosti)

Je vytvářen řadou komponentů, které přispívají k jeho možnostem uspokojovat potřeby zákazníka.

**Komponenty jsou např.:** obal, značka, služby, kvalita,.....

**Značka** - umožňuje zákazníkovi odlišit výrobek v obchodech, reklamách, .... od výrobků konkurenčních

- slouží k identifikaci výrobku na trhu (identifikace např. pomocí jména, symbolu, čísla, tvaru,...)

Při volbě značky se podnik snaží dodržovat tyto hlediska:

- jméno by mělo být zapamatovatelné, pozitivní, odlišující,..
- jméno by mělo být v souladu s image výrobku nebo podniku
- jméno by nemělo obsahovat žádné právní omezení

Význam značky výrobku: - rychlá identifikace výrobce a výrobku

- sděluje zákazníkovi svoji image (co od výrobku může očekávat)

- vytváření věrnosti určité značce (tj. tendence v chování zákazníků záměrně a opakovaně kupovat výrobek určité značky)

Poznámka: Obchodní značka registrovaná je součástí výrobku a je právně chráněna.

**Obal** výrobku plní základní funkce:

- chrání výrobek při dopravě, skladování a prodeji před poškozením

- poskytuje informace zákazníkům o výrobku, jeho složení, vlastnostech, ..... tzn. komunikuje se zákazníkem

- dostává výrobek do podvědomí zákazníka a dotváří jeho image

- měl by vzbudit pozornost zákazníků (působit atraktivně)

**Požadavky na obal:**

- recyklovatelný, ekologický
- ekonomický (snižovat náklady na výrobu obalů)
- používat materiály pro výrobu obalů zdravotně nezávadné

**Služby** - poskytují se s některými výrobky

Obecně se uvádí: "Jakmile je výrobek pro kupujícího nový a neznámý, dává přednost zakoupení výrobku, se kterým jsou dodávány služby."

**Poskytované služby:** - (po)záruční servis,

- dodávka výrobku až do domu,
- instalace, montáž výrobku,
- prodej výrobku na splátky apod.

## 2 CENA (Price)

- cena je výše peněžní úhrady zaplacená na trhu za prodávaný výrobek či poskytovanou službu

- určuje, co podnik ze své činnosti na trhu získá

- stanovení ceny je velmi komplikovaným procesem pro podnik

- určení optimální ceny je velmi obtížné, např. stanovení nízké ceny může některé zákazníky odradit, protože vzbuzuje jejich pochyby o kvalitě výrobku; stanovení vysoké ceny může naopak přilákat určitý okruh zákazníků

- výši ceny mohou podniky stanovit různými metodami

**Metody stanovení ceny:**

1) Nákladově orientovaná cena

- způsob jejího stanovení vychází z kalkulace nákladů, nutných na výrobu výrobků

2) Metoda orientovaná na konkurenci

- nejjednodušší způsob stanovení ceny výrobku

- podnik stanoví cenu vyšší, nižší, většinou stejnou jako konkurence

3) Metoda orientovaná na zákazníka

- zahrnuje ocenění výrobku z pohledu zákazníka

- vychází z toho, jakou hodnotu výrobek má pro kupujícího

- při stanovení prodejní ceny mohou výrobci a prodejci využívat řady nástrojů, kterými zvýhodňují kupující, poskytují jim různé formy slev

**Může se jednat o:**

- srážku při platbě (je používána při dřívějším zaplacení faktury, než je stanoveno smlouvou mezi dodavatelem a odběratelem)
- kvantitativní srážku (jde o předem známé snížení ceny při nákupu většího objemu zboží)
- sezonní srážku (je to snížení ceny, kdy zboží nakupujeme mimo sezónu)
- prémie (poskytuje se zákazníkům, kteří v průběhu roku zakoupí zboží v předem stanovené výši)

### 3 DISTRIBUCE (Placement)

- **cílem distribuce** je nalézt ideální cestu od výrobce ke konečnému spotřebiteli tak, aby výrobky byly ve správný čas na správném místě, kde je zajištěn odbyt

**Prodejní cesta** je způsob propojení mezi výrobcem a konečným spotřebitelem (zákazníkem)

Prodejní cesty:

- přímé (prodej přímo konečným spotřebitelům)
- nepřímé (prodej přes distribuční mezičlánky)

**Přímá prodejní cesta:**

- prodej přímo konečným spotřebitelům, nejsou zde žádné distribuční mezičlánky

V praxi jsou to:

- podnikové prodejny
- zásilkový prodej výrobních firem
- ušití šatů na zakázku, služby holiče, v zemědělství prodej „ze dvora“, podomní prodej

**Nepřímá distribuční cesta:**

- prodej přes distribuční mezičlánky (velkoobchod, maloobchod)

### 4 PROPAGACE (Promotion)

- podnik potřebuje informovat zákazníka o výrobku, o jeho vlastnostech, ceně, o tom, kde si jej může koupit...

- propagace je forma komunikace mezi prodávajícím a kupujícím, jejímž smyslem je větší podpora prodeje výrobku. K tomu podnik používá nástroje propagace

**Základní nástroje propagace (komunikační mix):**

- reklama
- podpora prodeje
- publicita
- osobní prodej

## 6. MARKETINGOVÝ PRODUKT – ŽIVOTNÍ CYKLUS VÝROBKU, MODIFIKACE ŽIVOTNÍHO CYKLU

- nepředstavuje pouze soubor určitých parametrů, k jeho významným znakům patří také jeho design, obal, image, výrobce, záruky, služby a další faktory

- produkt je cokoli, co lze na trhu nabídnout, co získá pozornost, co může sloužit ke spotřebě, co může uspokojit přání nebo potřebu

- když podnik uvádí nový výrobek na trh, jeho přáním je, aby byl výrobek úspěšný a aby se prodával co nejdéle, nic však netrvá věčně, zájem o výrobek po určité době klesá až na úroveň, kdy jeho výroba končí

- každý výrobek má svůj životní cyklus

#### **a) životní cyklus výrobku**

- 1) vývojová fáze = produkt je vylepšován, jsou nakládány prostředky na propagaci, společnost v této fázi nedosahuje výnosů
- 2) zaváděcí = produkt je uveden na trh, vysoké náklady firmy, firma může dosahovat ztráty, podle důvěry si firma může stanovovat vyšší ceny (Apple, Nike)
- 3) růst = výrobek se stává známějším, rostou tržby a firma dosahuje zisku
- 4) vrchol = velká důvěra zákazníků, firma dosahuje maximálního zisku
- 5) úpadek = produkt nahrazují jiné produkty a značky, klesají tržby a zisk

#### **b) modifikace životního cyklu**

- inovace produktu (nový model), doplnění jinými produkty
- důležitý, aby nenastal úpadek produktu a produkt se nestal zastaralým

### 7. DALŠÍ NÁSTROJE MARKETINGU A JEJICH CHARAKTERISTIKA

#### **Reklama**

- reklama je jakákoliv placená, ale i neplacená forma propagace produktu či služby firmy.
- Reklama se dělí na televizní, rozhlasovou, tiskovou (inzerce), venkovní (billboardy, plakáty atd.), letáky atd.

#### **Podpora prodeje**

- zahrnuje věrnostní programy, loterie, odměny za věrnost, vzorky – kupóny v novinách, atd.

#### **Osobní prodej**

- prodejci, dealeři, ale také výstavy, veletrhy, atd.

#### **Přímý marketing**

- adresné zásilky, neadresné zásilky, telemarketing, atd.

#### **Akce přímé komunikace**

- konference, semináře, prezentace, road show atd.

#### **Vztahy s veřejností (PR)**

- techniky a nástroje, pomocí kterých firma buduje a udržuje vztahy se svým okolím a s veřejností, nahlíží její postoje a snaží se je ovlivňovat

#### **Reklama**

- je placená forma nepřímé neosobní prezentace zboží a služeb, je uskutečňována prostřednictvím tiskových médií (noviny, časopisy), rozhlasu, televize, reklamních tabulí, plakátů, výloh,...
- jejím cílem je informování širokého okruhu spotřebitelů se záměrem ovlivnit jejich kupní chování
- hlavním rysem je, že oslovuje široké vrstvy obyvatelstva
- je vhodná pro sdělení omezeného množství informací velkému počtu osob
- slouží zejména k upoutání pozornosti a vzbuzení zájmu zákazníků
- **Vlastnosti reklamy:**
  - měla by být pravdivá, což souvisí s dobrým jménem podniku
  - měla by být etická
  - reklamní sdělení by mělo obsahovat lehce zapamatovatelné slogany, aby si spotřebitel reklamu lehce vybavil

#### **Druhy reklamy podle funkce, kterou reklama plní:**

- **informační reklama** – zejména při zavádění výrobků na trh, ale i při zásadních změnách, např. při otevření nové prodejny
- **přesvědčovací reklama** – ve fázi růstu, kdy chceme přesvědčit zákazníka o výhodnosti našich výrobků oproti konkurenčním
- **připomínací reklama** – připomíná zákazníkům existenci výrobku – ve fázi zralosti výrobku (Coca cola, sezonní zboží)

### **Druhy reklamy podle předmětu reklamy:**

- **všeobecná reklama** – je to reklama zaměřená na zvýšení poptávky po určitém druhu zboží bez ohledu na značku, např. reklama na mléčné výrobky, proti kouření, zdravou výživu, očkování proti klíšťové encefalitidě – provádí ji instituce, protože cílem reklamy nemusí být jen zvyšování zisku, ale i mimoekonomické cíle, např. zdravotní návyky, životní prostředí
- **značková reklama** – zaměřuje se na odlišení určité značky (Ariel, Poděbradka,..)
- **institucionální** – vytváří vztah k firmě, ne k určitému výrobku, protože mnoho firem vyrábí různé druhy výrobků (mlékárna Kunín, Allianz, Česká televize, ČEZ)

- **Pro reklamní využití existují čtyři základní druhy médií:**
  - televize
  - rozhlas
  - tisk a exteriérová média
- při plánování reklamní kampaně musí marketingový odborník zvolit, která média použije a jak si časově kampaň rozvrhne

### **Hlavními kritérii pro volbu určitého média jsou:**

- **náklady**, jsou jedním z nejdůležitějších kritérií při rozhodování o výběru média
- **selektivita**, schopnost média zasáhnout určitou geografickou oblast nebo demograficky rozdělenou skupinu lidí
- **proniknutí reklamy**, vyjadřuje procento lidí z cílového trhu, které je možno reklamou zasáhnout, kteří jsou přímo vystaveni působení reklamy v příslušném časovém období
- **pružnost** média vyjadřuje, jak rychle je možné provést v reklamě změny, jaký časový předstih je nutný pro zařazení nové reklamy
- **úroveň média**, tzn., jaká je jeho image v očích veřejnosti
- **frekvence**, vyjadřuje, jak často v určitém časovém období je možné příslušným médiem reklamní sdělení přenášet

### **Požadavky na sdělovací prostředky:**

#### **Televize**

- je nejsledovanějším sdělovacím prostředkem
- při volbě televize pro reklamu věnují odborníci pozornost typu programu, jeho sledovanosti a struktuře diváků (určité programy přitahují určité typy diváků)
- výhody televizní reklamy: - je vizuální médium a je tedy ideální pro demonstrace výrobků
- nevýhody televizní reklamy: - přepínání programů či jiná činnost v době vysílání reklamy (pokrytí trhu se snižuje)

#### **Rozhlas**

- každá stanice a program má svůj okruh posluchačů
- výhody rozhlasové reklamy: - je levná (vysílání může být delší nebo častěji opakováno)
- jde o pružné médium, může tedy rychle reagovat na změny na trhu
- jedná se o medium masově sledované a existuje snadná možnost geografické či demografické selektivity
- nevýhody rozhlasové reklamy: - působí pouze na jedne smysl, na sluch (některé výrobky nelze prostřednictvím rozhlasu propagovat)

#### **Tisk (noviny a časopisy)**

- jsou nejefektivnějšími sdělovacími prostředky
- dosahují specifického okruhu spotřebitelů (segmentace) z hlediska jejich povolání, vzdělání, věku zájmu apod.
- velkou výhodou tisku proti rozhlasu a televizi je, že obsah může jít víc do hloubky a může být delším

## Noviny

- cena reklamy v novinách je závislá na popularitě novin a počtu výtisků
- záleží i na skutečnosti, zda se jedná o noviny celostátní či pouze regionální, velikosti inzerátu, jeho umístění na titulní straně a jiných stránkách, v příloze
- **výhody novinové reklamy:** - její široký dosah, pružnost
- možnost rozdílné inzerce v jednotlivých oblastech (české a moravské vydání celostátního deníku, možnost účtovat rozdílné ceny v různých oblastech, využití příloh, ...)
- **nevýhody novinové reklamy:** - lidé obvykle noviny čtou dosti rychle (přečtou je jednou a potom je vyhodí)
- vyhrazují inzerci několik stránek, které jsou přeplněny různými reklamami a jsou nepřehledné
- špatná kvalita reprodukce zejména fotografií v důsledku tištění novin na méně kvalitní papír

## Časopisy

- čteme je pomaleji a pozorněji než noviny
- jsou určeny především pro volný čas
- jejich zaměření je buď všeobecné a potom zasahují široké vrstvy obyvatelstva nebo velmi specializované zasahují vyhraněný segment obyvatelstva
- **výhody:** - lepší tisk a kvalita reprodukcí, barevné provedení, větší tvořivost a umělecké vyjádření
- čtenář vnímá úroveň časopisu; některé z nich jsou vysoce prestižní a pozitivně přenášejí svou image i na propagované výrobky
- mohou být využívány i pro ostatní nástroje propagace (přináší vzorky, kupóny,...)
- **nevýhody:** - omezená pružnost z důvodu delší uzávěrky časopisů
- vyšší náklady na reklamu než u novin

## Exteriérová média

- mezi ně patří firemní štíty, poutače (billboardy), reklamy tištěné na nákupních taškách, reklamy na dopravních prostředcích
- jsou pohotovým nástrojem reklamy
- výhody: - nízké náklady, možnost umístění do blízkosti obchodu
- časté vystavení spotřebitelům
- vysoká pružnost
- nevýhody: - nemohou poskytovat mnoho konkrétních informací
- obtížně lze provádět segmentaci

## Poutače (billboardy)

- musí rychle připoutat zájem
- musí být kontrastní, s jednoduchým snadno zapamatovatelným textem a atraktivní fotografií

## **10 KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE MARKETINGU**

### **1. KOMUNIKACE, JEDNO P MARKETINGU – CÍLE KOMUNIKACE, ZÁKLADNÍ PRVEK KOMUNIKACE**

#### **a) cíle komunikace**

- představit výrobek nebo službu
- přesvědčit zákazníka o koupi
- udržet stávající zákazníky
- získat nové zákazníky
- zvýšit poptávku, zvýšit prodej
- upozornit na výrobek či službu s cílem prodat
- posílit firemní image
- odlišit produkt
- zdůraznit hodnotu produktu

#### **b) základní prvek komunikace**

- sdělení by mělo informovat o produktech a zasáhnout co nejvíce zákazníků

Attention (pozornost)

Interest (zájem)

Desire (přání)

Action (akce)

#### **Cíl**

poskytnout informace, vytvořit poptávku, odlišit produkt, zdůraznit užitek a hodnotu produktu, stabilizovat obrat, vybudovat a pěstovat značku, posílit firemní image

#### **Cíle a strategie**

- Poskytnout informace, informovat trh o dostupnosti určitého výrobku nebo služby.
- Vytvořit, stimulovat poptávku.
- Diferenciace produktu, firmy, tj. odlišení se od konkurence.
- Důraz na užitek a hodnotu výrobku – ukázat výhodu, kterou přináší vlastnictví produktu nebo příjem služeb.
- Stabilizace obratu – vyrovnat se s výkyvy při změnách prodejů či nepravidelnosti poptávky a stabilizovat náklady.

### **2. PŘENOS SDĚLENÍ, MÉDIA, DRUHY SDĚLENÍ**

- Informační – vzbudit poptávku či zájem, v zaváděcím stádiu životního cyklu výrobku
- Přesvědčovací – rozvinout poptávku, fáze růstu počátek fáze zralosti
- Připomínková – zachování pozice, fáze zralosti fáze poklesu
- Média
- Elektronická
  - **televize** – široký dosah; masové pokrytí; opakovatelnost/dočasnost, vysoké náklady, limitovaný obsah sdělení
  - **rozhlas** – velká šíře zásahu, nízké náklady, rychlost přípravy, selekce/dočasnost, limitovaný obsah, dosah
  - **internet** – široký dosah, nepřetržité působení, vysoké zacílení, flexibilita/nutnost připojení, znalosti uživatelů
- Klasická
  - **noviny** – flexibilita, intenzivní pokrytí/krátká životnost, nepozornost při čtení
  - **billboardy, city light vitríny apod.** – rychlé, dlouhodobé působení/stručnost, povětrnostní vlivy

### 3. POŽADAVKY NA SDĚLENÍ

Sdělení nebo slogan by měly být dobře zapamatovatelné, mělo by být důvěryhodné a účelné, mělo by informovat o vlastnostech, které jsou odlišné než u konkurence, mělo by cílit na skupinu spotřebitelů

Může být vyjádřeno v různých stylech (Náladou, vědeckým posudkem, “devět z deseti žen doporučuje”, běžným životem)

- předat základní informace pomocí sloganu, loga (veřejně známé osobnosti, odborníci)
- informace: krátké, výstižné, lehce zapamatovatelné
- mělo by zaujmout – barvou, scénářem, ...

#### **Sdělení lze rozdělit na:**

- Emotivní (láska, smutek – Merci)
- Informativní (fakta o výrobku - věděli jste že... např. Savo)
- Vyjadřující image

### 4. SLOŽKY KOMUNIKAČNÍHO MIXU

- Podpora prodeje
  - Přímý marketing
  - Public relations
  - Osobní prodej
  - Sponzoring
  - Veletrhy a výstavy
  - 4P – product, price, place, promotion
- **Reklama** – placená, neosobní komunikace prostřednictvím různých médií, jejichž cílem je přesvědčit členy cílových skupin
  - **Podpora prodeje** – vlastní pořádání výstavek a účasti na mezinárodních výstavách a veletrzích, předvádění výrobků další nepravidelné prodejní činnosti
  - **Přímý prodej** (např. zasílané katalogy či dopisy, podomní prodej)
  - **Osobní prodej** – prezentace výrobku nebo služby při osobní komunikaci s potenciálním kupujícím
  - **Vztahy s veřejností** – komunikace a vytváření vztahů dovnitř i navenek firmy
  - **Sponzoring** – něco za něco, sponzor platí a na oplátku je jeho značka ukazována

### 5. REKLAMA – POJEM A ČLENĚNÍ

= placená, neosobní komunikace prostřednictvím různých médií, zadávaná podnikatelskými subjekty.

Snaží se zaujmout a přesvědčit potenciální zákazníky o koupi produktu či využití služeb

#### **Členění:**

##### **Podle důležitosti**

Základní (plakáty, prospekty, inzerát, ...)

Doplňující (potiskové předměty, ... a finančně náročné – TV, módní přehlídky,...)

##### **Podle okruhu působnosti**

Místní (leták, tácky)

Regionální (tisk, televize)

Celostátní

Celosvětová

##### **Podle místa působení**

V dopravních prostředcích (transparent – leták nalepený v MHD)

Na ulici



Ostatní (doma, ve veřejných místnostech, v prodejně)

**Podle působení na smysly člověka**

Čich

Hmat

Sluch

Zrak

Chuť

**Druhy reklam:**

- a) Informační – vzbudit poptávku či zájem, v zaváděcím stádiu životního cyklu výrobku
- b) Přesvědčovací – rozvinout poptávku, fáze růstu počátek fáze zralosti
- c) Připomínková – zachování pozice, fáze zralosti fáze poklesu
- d) Média
- e) Elektronická (televize, rozhlas, internet)
- f) Klasická (noviny, billboardy, vitríny)

**6. PUBLICITA A PODPORA PRODEJE**

**Publicita** = neplacené hodnocení nezávislých osob na rozdíl od reklamy je důvěryhodnější, protože subjekt, na který publicita působí ví, že nejde o informace placené výrobcem, často v novinách a magazínech

**Podpora prodeje** = poskytnutí určité výhody zákazníkovi

rozdíl mezi reklamou a podporou prodeje je v tom, že reklama přesvědčuje o důvodu koupě, podpora nabízí konkrétní motivy koupě

- kupóny
- bonusy
- odměny
- soutěže o ceny
- vyzkoušení zboží
- cenové zvýhodnění, slevy

## 11 ZAMĚSTNANCI A JEJICH ODMĚŇOVÁNÍ

### 1. PRÁCE – POJEM

= cílevědomá lidská činnost, které vede k uspokojování lidských potřeb a vytváření statků a služeb jeden z výrobních faktorů (práce, půda, kapitál)

odměnou za práci je plat nebo mzda (mzda- soukromý sektor/ plat - státní sektor)

Primární VF = práce, půda

Sekundární VF = kapitál

**Dělení:**      nucená x dobrovolná  
                  placená x neplacená  
                  závislá x nezávislá  
                  fyzická x duševní

### 2. KATEGORIE ZAMĚSTNANCŮ A JEJICH PLÁNOVÁNÍ

- zákoník práce člení zaměstnance podle náročnosti práce do 10 skupin, každá má zaručenou mzdu = minimum pro danou skupinu

**1. Dělníci** – vykonávají fyzickou práci, výsledkem je výrobek nebo služba

**2. Duševní** – vykonávají duševní a tvůrčí činnosti (vedoucí pracovníci, účetní)

**3. Provozně obsluhující** – zajišťují obsluhu různých zařízení, zajišťují dodavatele podniku, pracují ve službách

**Počet potřebných dělníků = (objem výroby/norma množství)/využitelný časový fond**

- při plánování počtu zaměstnanců je třeba mít na **paměti reálný pracovní potenciál** každého pracovníka

### 3. NÁPLŇ ČINNOSTI PERSONÁLNÍHO ÚTVARU

Plánování zaměstnanců

Výběr zaměstnanců - proces výběrového řízení, pohovory, testování

Získání zaměstnanců - inzeráty, upozornění na úřadu práce

Péče o zaměstnance - školení, stanovení benefitů, uzavírání a rozvazování pracovního vztahu (dohodou, výpovědí)

Evidence

### 4. VZNIK PRACOVNÍHO POMĚRU

**a) Hlavní pracovní poměr:**

= uzavřen písemnou smlouvou, musí obsahovat tyto náležitosti:

- druh práce, na který je zaměstnanec přijímán
- místo, kde bude práci vykonávat
- den nástupu

**Délka stanovené týdenní pracovní doby:**

- 40 hodin týdně
- zaměstnanec má právo na jídlo a oddech, poskytnuté přestávky v práci na jídlo a oddech se nezapočítávají do pracovní doby

**Z hrubé mzdy zaměstnance je hrazeno zdravotní a sociální pojištění:**

- za zaměstnance 4,5 % na ZP a 6,5 % na SP
- za zaměstnavatele 9 % na ZP a 24,8 % na SP

Minimální mzda pro rok 2022 činí 16 200 Kč

**b) Dohoda o provedení práce (dpp)**

= uzavírána při najímání brigádníků na sezonní práce

- počet odpracovaných hodin za rok nesmí u jednoho zaměstnavatele překročit 300
- do částky 10 000 Kč měsíčně se neodvádí ZP a SP

**c) Dohoda o pracovní činnosti (dpč)**

= nesmí objem prací překročit polovinu stanovené pracovní doby zaměstnavatele (při 40 hodinách je to 20 hodin)

- dodržování dohodnuté maximální týdenní pracovní doby se posuzuje za celé období, na které je dohoda uzavřena, nejdéle však za 52 týdnů
- do 3 499 Kč se nehradí ZP a SP

(jak je to s odvodem daní u DPP a DPČ je uvedeno níže)

- zkušební doba trvá 3-6 měsíců, slouží k vyzkoušení pracovní pozice, zaměstnavatel nemusí udávat důvod výpovědi

**- doba uzavření smlouvy:** a) doba určitá: datum začátku a konce výkonu práce, může se uzavřít 2x za rok

b) doba neurčitá: jen datum začátku výkonu práce

**5. STRUKTURA HRUBÉ MZDY**

Základní mzda

- + příplatky → práce v den pracovního klidu, práce přesčas, noční práce, práce ve ztížených podmínkách
- + prémie → předem známá událost přiznaná za splnění určitých podmínek
- + odměny → nezaručená a mimořádná událost za mimořádné pracovní zásluhy
- + náhrady mezd → dovolená na zotavenou, překážka v práci, školení a studium při zaměstnání
- + podíly → podíly na zisku, třináctý a čtrnáctý plat

**6. ZÁKLADNÍ MZDA/PLAT**

**a) Pevný plat** = pevná částka / (počet pracovních dnů + svátky) \* (počet odpracovaných dnů + svátky)

**b) Časová mzda** = mzdová forma, při níž je výdělek pracovníka závislý na množství odpracovaného času (počet odpracovaných hodin + přesčasy) \* HMT, Nelze ovlivnit tempo, je dána hodinovou sazbou nebo pevným měsíčním platem

**c) Úkolová mzda** = mzdová forma, kdy je výdělek závislý na počtu jednotek vykonané práce. (cena za jeden úkon \* počet úkonů), Používáme tam kde je úkol měřitelný, dosažení skutečné práce

a) Podílová

b) Smíšená

**7. PRODUKTIVITA PRÁCE A PRACNOST**

**Produktivita** = počet vyrobených výrobků jedním pracovníkem

**produktivita práce** = [příjmy - (výdaje + režie + odpisy + úroky + personální náklady)] / počet zaměstnanců

**Typy produktivity práce:**

- produktivita práce z výnosů,
- produktivita práce z výkonů,
- produktivita práce z tržeb,
- produktivita práce z obratu,
- produktivita práce z přidané hodnoty

**Pracnost** = Vyjadřuje potřebu práce pro vyprodukování konkrétní jednotky

## 8. DÁVKY NEMOCENSKÉHO POJIŠTĚNÍ

### **Nemocenské**

= mzda za neodpracovaný čas, na kterou mají zaměstnanci nárok

Náhrada a dávky nemocenské pojištění při pracovní neschopnosti:

- V prvních 14 kalendářních dnech pracovní neschopnosti zaměstnavatel vyplácí ze svých prostředků zaměstnancům náhradu mzdy. Poskytuje se pouze za pracovní dny.
- Tato náhrada se nezdaňuje a ani se z ní neodvádí pojistné.
- Teprve od 15. kalendářního dne zaměstnanci náleží dávky nemocenského pojištění vyplácené již z prostředků správy sociálního zabezpečení. Poskytují se za kalendářní dny.
- Náhrada za nemoc není součástí hrubé mzdy!!!

### **Ošetrovné**

= má za cíl zmírnit zhoršení finanční situace kvůli péči o člena rodiny

na dávku má nárok zaměstnanec, který nemůže pracovat kvůli ošetřování nemocného člena domácnosti nebo péči o zdravé dítě do 10 let kvůli uzavření školského zařízení (havárie, epidemie, jiná nepředvídatelná událost)

### **Mateřská**

= peněžitá pomoc v mateřství se vyplácí zpravidla matce dítěte při nástupu na mateřskou

na dávku má nárok OSVČ a zaměstnanec, který se účastní nemocenského pojištění

pro vznik nároku musí být zaměstnanec v posledních dvou letech před nástupem na mateřskou nemocensky pojištěn minimálně po dobu 270 dnů

### **Otcovská**

= určena pro novopečeného otce a nárok na ni vzniká u příležitosti nového potomka

trvá 14 kalendářních dní a je nutné na ni nastoupit během prvních 6 týdnů ode dne narození dítěte

### **Dlouhodobé ošetrovné**

= nárok vznikne tomu, kdo dlouhodobě pečuje o člena rodiny v domácím prostředí (alespoň 30 dnů)

## 9. SAZBY ZDRAVOTNÍHO A SOCIÁLNÍHO POJIŠTĚNÍ

**Zdravotní pojištění** = u zaměstnance 4,5 %

= u zaměstnavatele 9 %

= odváděno zaměstnavatelem na účty zdravotních pojišťoven jednotlivých zaměstnanců a je určeno na úhradu standardní lékařské péče

**Sociální pojištění** = u zaměstnance 6,5 %

= u zaměstnavatele 24,8 %

### **Skládá se ze tří složek:**

#### **Zaměstnanec:**

nemocenské pojištění	0 %
důchodové pojištění	6,5 %
příspěvek na státní politiku zaměstnanosti	0 %

#### **Zaměstnavatel:**

nemocenské pojištění	2,1 %
důchodové pojištění	21,5 %
příspěvek na státní politiku zaměstnanosti	1,2 %
= odváděno příslušné správě sociálního zabezpečení	

### **Odvod pojistného**

- ZP a SP se považuje za uhrazené dnem připsání úhrady na účet příslušné správy sociálního zabezpečení, resp. zdravotní pojišťovny

### **10. DAŇ Z PŘÍJMŮ ZE ZÁVISLÉ ČINNOSTI**

**= činí 15 %**

= zdanitelná mzda (hrubá mzda), ze které se počítá daň

poplatník: zaměstnanec

plátce: zaměstnavatel

poplatník může a nemusí být současně plátce daně

= rozhoduje, zda má zaměstnanec podepsáno prohlášení k dani:

**Pokud je podepsáno:** daň z příjmů je srážena ve formě zálohy na daň, dají se uplatnit slevy na dani

**SLEVY NA DANI:** na poplatníka (2 570 Kč)

na děti – 1. dítě (1 267 Kč)

2. dítě (1 860 Kč)

3. a každé další dítě (2 320 Kč)

na studenta (335 Kč), na manželku, školkovné, na invaliditu

Postup: záloha na daň – slevy na dani = záloha na daň po slevách

**KDYŽ VYJDE ZÁPORNĚ:** záloha na daň po slevách bude nulová a bude přiznán daňový bonus

#### **Bonus**

= vzniklý rozdíl mezi daňovým zvýhodněním a daňovou povinností

případ, kdy plátce daně nejenom že neodvede na dani nic, ale ještě je mu finančním úřadem vyplacen daňový bonus

**Pokud není podepsáno:** pro způsob zdanění rozhoduje forma zaměstnání a výše hrubé mzdy, není možno snížit o slevy

#### **Srážková daň:**

u dohod o provedení práce při měsíční mzdě do 10 000 Kč

u dohod o pracovní činnosti při měsíční mzdě 3 499 Kč a méně

#### **Zálohová daň:**

u dohod o provedení práce při měsíční mzdě nad 10 000 Kč

u dohod o pracovní činnosti při měsíční mzdě nad 3 499 Kč

#### **Rozdíl mezi srážkovou a zálohovou daní:**

- zdanitelná mzda se u srážkové daně zaokrouhluje na Kč dolů

- zdanitelná mzda se u srážkové zaokrouhluje na stovky nahoru

- srážkovou daň je možné uplatnit pouze v daňovém přiznání, přeplatek bude vrácen finančním úřadem

- u zálohové daně, může zaměstnanec požádat po skončení roku svého posledního zaměstnavatele, u kterého podepsal prohlášení k dani, o roční zúčtování záloh na daň, přeplatek bude zaměstnavatelem vrácen zaměstnanci

- prohlášení poplatníka k dani je možno uplatňovat v daném měsíci pouze u 1 zaměstnavatele!!!

## 12 PERSONÁLNÍ MANAGEMENT

= zabývá se dosahováním organizačních cílů prostřednictvím lidských zdrojů

- lidský faktor je chápán jako faktor rozhodující o úspěšnosti organizace, do jehož rozvoje je žádoucí a nutné investovat

### 1. PRACOVNÍ PRÁVO

= souhrn právních norem upravující vztahy související s výkonem práce (pracovní poměr, dovolené, mzdy, odpovědnost za škodu, ochrany zdraví)

= představuje souhrn právních norem o pracovních vztazích a o vztazích s výkonem práce souvisejících

- řeší vztahy mezi zaměstnavateli a zaměstnanci

- pracovně právní vztahy vznikají mezi zaměstnanci a zaměstnavateli

#### **Hlavní prameny práva:**

- ústava ČR

- listina základních práv a svobod

- zákoník práce

#### **Svobodná volba povolání**

- občan se může samostatně rozhodnout, jaké povolání bude dělat

#### **Úřady práce**

- vedou evidenci uchazečů o zaměstnání a volných pracovních míst

- uchazeč je povinen spolupracovat s úřadem práce a může být vyřazen, pokud bez vážných důvodů odmítne nastoupit do nabízeného zaměstnání

#### **Zaměstnavatel**

- může být FO i PO

- nejčastěji jsou to obchodní společnosti, státní podniky, banky, i stát

#### **Zaměstnanec**

- pouze FO, která má pracovně právní způsobilost, vlastním jednáním nabývat a povinnosti plnit

- tyto povinnosti vznikají, když člověk dosáhne 15 let

#### **Pracovní smlouva**

= dvoustranný právní akt mezi zaměstnancem a zaměstnavatelem

- obsah:**
- adresa zaměstnavatele
  - adresa zaměstnance
  - den nástupu
  - pracovní zařazení
  - přesná adresa
  - doba trvání pracovního poměru – doba určitá a neurčitá
    - doba neurčitá (zkušební doba 1-3 měsíce)
    - doba určitá (zkušební doba 10 měsíců)
  - délka pracovního úvazku
    - úplná – 8 hodin denně
    - mzdové zařazení
  - podpis obou stran

### 2. VYJMENUJTE A CHARAKTERIZUJTE ČINNOSTI PERSONÁLNÍHO ÚTVARU

- zaměřuje se na zajištění dynamického souladu mezi lidmi a cíli dané organizace

- zabývají se jím personalisté

#### **Činnosti:**

### 1) Plánování pracovníků:

- plánování potřeby zaměstnanců, jejich počtu, profesní a kvalifikační struktury a rozmístění
- zjištění potřeby pracovních sil
- zabezpečení optimální kvantity a kvality pracovní síly
- je třeba předvídat vývoj potřeb lidských zdrojů, pohyb pracovníků mezi útvary či organizací a okolím
- východiskem pro určení potřeby lidských zdrojů se mohou stát prediktory
- (počet vyrobených kusů výrobku, objem prodeje, počet žáků, ...)

### 2) Získávání a výběr pracovníků:

- **specifikujeme:** - základní soubor požadavků na uchazeče
  - charakter práce a pracovní podmínky
- (inzerce, doporučení, spolupráce s ÚP, SŠ a VŠ, zájemci se hlásí sami)
- **výběr:** proces, při kterém se na základě dostupných informací o kandidátech organizace rozhoduje, kterému z nich zaměstnání skutečně nabídne
- **metody personálního výběru:**
  - výběrový pohovor
  - reference
  - psychologické testy
  - odborné testy

### 3) Rozmíst'ování pracovníků

- cílem je optimalizace vztahu mezi člověkem a pracovním místem tak, aby bylo dosaženo maximálního pracovního výkonu
- **vnitropodniková mobilita pracovníků:**
  - povýšení
  - převedení na jinou pozici
  - přeřazení na nižší funkci
- zařazování do pracovní činnosti, ukončování pracovního poměru

### 4) Hodnocení pracovníků

- systematický popis individuálních nebo skupinových předností a slabin
- absence hodnocení sebou nese problémy
- rozhodnutí o výši pracovní odměny, motivující faktor, zpětná vazba, predikce budoucího úspěchu v jiných funkcích
- **dle účelu a stupně formálnosti rozlišujeme hodnocení:**
  - průběžné (každodenní)
  - hodnocení dlouhodobých výsledků – může být postaveno na kritériích objektivních či subjektivních
  - hodnocení stanovených úkolů
- (pro potřeby personálního rozvoje organizace i plánování osobního rozvoje zaměstnanců)

### 5) Hodnocení prací a popis pracovního místa

- co bude pracovník dělat, jak to má vykonávat, kde bude pracovat, seznámení s pracovním místem a prostředím

### 6) Odměňování pracovníků

- tvorba nástrojů pracovní motivace a firemních mzdových systémů

### 7) Podnikové systémy vzdělávání

- plánování vzdělávání, jeho příprava a organizace

### 8) Řešení kolektivního vyjednávání

- jednání zaměstnavatelů a odborů, příprava jednání pro uzavření kolektivní smlouvy, vedení pracovně právních agend

**9) Sociální péče**

- organizace sociálních služeb, bezpečnost a ochrana zdraví při práci, zdravotní péče, kontrola pracovních podmínek, sport, rekreace, kultura atd.
- zdravotní péče, ochrana zdraví při práci

**10) Informační systém**

- pro potřeby firmy i externí orgány – úřad práce, personální administrativa

**Zaměstnance dělíme do 3 skupin:**

- 1. Dělníci** – vykonávají fyzickou práci, výsledkem je výrobek nebo služba,
- 2. Duševní** – vykonávají duševní a tvůrčí činnosti (vedoucí pracovníci, účetní)
- 3. Provozně obsluhující** – zajišťují obsluhu různých zařízení, zajišťují (opravář – provozní, obsluhující – programátor)

**Cíle:**

- 1) Ekonomické:** – optimální využívání lidské práce (docházka, přestávky, absence)
  - zvyšování kvality lidských zdrojů (kvalifikace, školení, rekvalifikace, kurzy)
  - stanovení a udržování personálních nákladů na optimální výši (efektivnost, mzdy)
  - mít takový systém odměňování, který stimuluje pracovníky
- 2) Sociální:** – naplnění osobních cílů pracovníka v práci pro firmu
  - dosažení spokojenosti pracovníka s pracovním místem, s náplní práce, s pracovním prostředím
  - motivace pracovníků k vlastnímu rozvoji, ke zvyšování kvalifikace, k tvořivému přístupu při řešení problémů firmy
  - zabezpečení sociálních jistot pracovníků, příspěvky na Z a S pojištění, příspěvky na stravování, rekreaci...

**3. JAKÝM ZPŮSOBEM STANOVÍME POČET JEDNOTLIVÝCH DRUHŮ ZAMĚSTNANCŮ?****1. odhadem**

- na základě statistických údajů, velikosti produkce a množství VF
- U THP a duševních zaměstnanců závisí také na množství zaměstnanců

**2. pomocí norem****a) výkonové normy****b) času** – potřebný čas na vyrobení výrobku**c) množství** – množství výrobků vyrobených za jednotku času

- u zaměstnanců, kteří se musí nacházet na pracovištích i když zrovna nepracují (sekretářky, údržbáři) se nepoužívají normy, záleží na velikosti podniku, účelu podniku, finanční situaci
- Normy obsluhy – kolik je potřeba zaměstnanců na 1 stroj, kolik je jednotek na 1 zaměstnance
- FPD = fond pracovní doby

**4. UVEĎTE VŠECHNY ZPŮSOBY UZAVŘENÍ PRACOVNÍHO POMĚRU****Pracovní poměr**

- vzniká pracovní smlouvou mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem
- rozlišuje se několik druhů: podle délky a dobu určitou, či na dobu neurčitou, hlavní a vedlejší

**Hlavní poměr**

- ten, kde zaměstnanec vykonává práci po plnou pracovní dobu

**Vedlejší poměr**

- ten, kde po skončení práce v hlavním poměru vykonává pro jiného zaměstnavatele práci po kratší pracovní dobu



- Uzávěřit PP může zaměstnavatel od 15 let

### 1) Pracovní smlouva

- na základně písemného podpisu obou stran
- Musí obsahovat podstatné náležitosti – druh práce, datum nástupu, místo výkonu + ostatní náležitosti (výše mzdy, počet dnů dovolené...)
- Může být na dobu určitou či neurčitou
- často bývá zkušební doba (1-3 měsíce), ve které může zaměstnanec i zaměstnavatel ukončit PP a to bez udání důvodu

### 2) Jmenování – nejčastěji v příspěvkových organizacích a organizačních složkách státu (ředitele jmenuje majitel)

### 3) Zvolení

## 5. CHARAKTERIZUJTE MZDU A PLAT

### Mzda

= odměna za vykonanou práci od zaměstnavatele zaměstnanci (soukromý sektor)

- Měla by odpovídat namáhavosti, odpovědnosti, rizikovosti práce a také výkonosti a dosahování výsledků (úkolová a časová mzda)
- **Nominální mzda** = to co dostane zaměstnanec zapláceno v peněžních jednotkách
- **Reálná mzda** = to, co si může za svoji mzdu zaměstnanec skutečně koupit

### Složky mzdy:

a) **základní mzda** = časová, úkolová, podílová a smíšená

b) **podílové složky** = osobní ohodnocení, příplatky a odměny

c) **náhrady mzdy** = nemoc, dovolená, svátek

- **Minimální mzda** = nejmenší možná mzda, kterou musí zaměstnanec ze zákona dostat, pokud pracuje na HPP

### Plat

= peněžní plnění v PP, které se vyplácí měsíčně ve veřejném sektoru (stát)

- počítá se dle platebního tarifu (skupiny podle době odpracované ve firmě či praxi)

## 6. JAKÉ JSOU FORMY PÉČE O ZAMĚSTNANCE?

- placení pojištění
- **zdravotní** = na zdravotní péči, pobyt v nemocnici (zaměstnanec 4,5% a zaměstnavatel 9%)
- **sociální** = důchod, sociální dávky a v nezaměstnanosti (zaměstnanec 6,5% a zaměstnavatel 24,8%)
- Pojištění organizace za škodu vzniklou z pracovního úrazu či nemoci vzniklou z povolání
- odměny a prémie
- benefity (služební auto)
- rekvalifikace
- firemní akce
- pracovní prostředí
- ochranné pomůcky

## 7. ZPŮSOBY UKONČENÍ PRACOVNÍHO POMĚRU

1) Dohodou – obě strany s tím souhlasí, písemné rozvázání PP jakémukoliv datu, a to bez udání důvodu, pokud o to zaměstnavatel nepožádá

- jedna strana podá písemný návrh a druhá s tím souhlasí

2) Výpověď – písemné rozvázání PP bez ohledu na to, zda s tím druhá strana souhlasí

Má výpovědní lhůtu (min. 2 měsíce), musí být písemně a doručena do rukou druhé strany, může podat zaměstnanec i zaměstnavatel

- Zaměstnanec – bez udání důvodu
- Zaměstnavatel – musí uvést zákonem stanovený důvod

3) úřední rozhodnutí

4) právní události (smrt zaměstnance)

5) Ukončení ve zkušební době

6) okamžité ukončení

7) uplynutí doby ve smlouvě

## 13 EKONOMICKÁ STRÁNKA ČINNOSTI PODNIKU

### 1. POJEM EKONOMICKÁ STRÁNKA ČINNOSTI PODNIKU

- Každý podnik má 2 stránky

**a) věcnou** = VF – transformace - výstupy = statky a služby

**b) ekonomickou:** vstupy = náklady - transformace - výstupy = výnosy

**Řízení podniku zahrnuje:** řízení N, V a HV, získávání fin. Zdrojů, hodnocení ESČP

**Základní finanční cíle podniku:** dosažení max zisku, dostatek finančních prostředků, hospodaření, vklad

**Nástroje financování:** normy, kalkulace, rozpočty, finanční plán

- podnik se neobejde bez finančního řízení, které se zabývá pohybem peněz a kapitálu podniku finanční řízení vychází z cílů podniku a je ovlivněno i vnějším prostředím (daňová politika, celní politika, vývoj měny a měnových kurzů)

- **Financování** = získávání finančních prostředků (kapitálu) ve všech formách a jejich použití k obstarání potřebných statků a k úhradě výdajů na činnost podniku

**Finanční cíle podniku:**

**Likvidita** = schopnost podniku uhradit splatné závazky

**Likvidnost** = schopnost jednotlivých aktiv přeměnit se na peněžní prostředky

**Solventnost** = schopnost podniku získat prostředky na úhradu závazků

**Rentabilita** = ziskovost podniku – poměr vyprodukovaného čistého zisku k vlastnímu kapitálu

#### **Finanční řízení**

= ekonomická činnost, zabývající se získáváním potřebného množství peněz a kapitálu z různých finančních zdrojů, alokace peněz do různých forem nepeněžitého majetku a rozdělování zisku s cílem maximalizace tržní hodnoty vlastního majetku

- podstata finančního řízení (finančního managementu) → usměrňování co nejvýhodnější struktury kapitálu a majetku finanční řízení zabezpečuje finanční manažer →

#### **úkoly:**

- získávat kapitál, rozhodovat o jeho struktuře a změnách – např.: získat úvěr, vydat akcie

- rozhodovat o umístění kapitálu – např.: vrátit půjčku, investovat do nemovitostí

- rozhodovat o rozdělení zisku – např.: jakou část využít na rozšíření podniku, zda vyplácet odměny zaměstnancům

- řídit ekonomickou stránku činnosti podniku – např.: sestavovat prognózy, analyzovat výsledky hospodaření

dobré investiční rozhodnutí = nákup reálného aktiva, jehož hodnota převyší náklady na jeho pořízení

### 2. ČLENĚNÍ N A V PODLE RŮZNÝCH HLEDISEK

= N a V ovlivňují výsledek hospodaření

**Náklad** = peněžní vyjádření spotřeby majetku (zásoby, DM), práce vlastních zaměstnanců, nakupované služby

**Výdaj** = úbytek peněžních prostředků v pokladně nebo na účtu

**Výnos** = peněžní vyjádření prodaných výkonů (zboží, služby, výrobky)

**Příjem** = přírůstek peněžních prostředků v pokladně, na účtu za prodané výkony

#### **Členění nákladů:**

1) podle úč. VH= provozní a finanční

2) podle druhů = mzdové, spotřeba, služby

3) podle místa vzniku= prvotní (externí) - převzaty z FÚ, vznikají od dodavatelů  
druhotné (interní) - vznikají mezi středisky v podniku

4) podle kalkulace

- a) **přímé** - vztahuje se přímo k výrobě (přímý materiál a mzdy)
  - b) **nepřímé** - režijní (režie)
- 5) podle vztahu k objemu výroby = fixní - nemění se,  
variabilní - závislé na růstu výroby (klesají a rostou)
- 6) podle zákona o dani z příjmů – daňově uznatelné: snižují základ daně  
– daňově neuznatelné: ovlivní pouze účetní výsledek hospodaření

### **Členění výnosů:**

- 1) podle úč. VH – provozní, finanční
- 2) členění výnosů na daňové a nedaňové

## 3. NÁKLADOVÁ A VÝNOSOVÁ FUNKCE

### **Nákladové funkce**

= představují závislost výše nákladů na libovolných faktorech, které podmiňují či ovlivňují vynaložení nákladů

- v užším pojetí jde o závislost výše nákladů na objemu (rozsahu) produkce

### **Dva typy nákladů:**

- Fixní náklady
- Variabilní náklady

### **Výnosové funkce**

= představují závislost výnosů na objemu výkonů (množství produkce)

- **Funkce celkových výnosů** – celkové výnosy jsou dány objemem produkce a cenou produkce
- **Funkce průměrných výnosů** – průměrné výnosy jsou celkové výnosy, vztažené na měrnou jednotku produkce (např. průměrný výnos na 1 kus výrobku)
- **Funkce marginálních (mezních) výnosů** – marginální výnosy říkají jak se změní výnosy, pokud se objem produkce zvětší o malý přírůstek (např. podnik vyrobí o 1 kus výrobku více)

## 4. MEZNÍ POČET VÝROBKŮ

- Stanovuje minimální množství prodeje od kterého firma začne tvořit zisk
- Pokud je objem menší, každý výrobek se považuje za ztrátový, výpočet vychází z kalkulace neúplných nákladů
- **Bod zvratu** = takové množství produkce, při kterém nevzniká ani zisk ani ztráta

## 5. NÁSTROJE FINANČNÍHO ŘÍZENÍ PODNIKU

**a) normy** = nástroje řízení nákladů

**b) kalkulace** = metoda stanovení nákladů na kalkulační jednotici pomocí kalkul (dělí se dále na předběžnou a výslednou, normovou a propočtovou)

### **Podle stanovení režijních nákladů na 1 ks**

**a) prostým dělením** = celková režie/objem výroby

**b) poměrovými čísly**

**c) přírážková** = celková režie/rozvrhová základna  $(HM + PZM) \cdot 100$

- rozpočet = plán celkových N a V na určité období činnosti (měsíc, čtvrtletí), zabývá se celkovou výší finančních ukazatelů

## 6. NORMY, JEJICH VÝZNAM A ČLENĚNÍ

Stanovují spotřebu VF na jeden výrobek

**a) podle obsahu** = hygienické (restaurace a kavárny), právní (musíme dodržovat)

**b) podle závaznosti** = THN - státní = na území ČR, -podnikové = v rámci podniku

c) **Členění THN** – norma spotřeby materiálu, norma závaznosti zásob

**Kapacitní normy** - vztahují se k DM (kolik toho jeden stroj dokáže vyrobit)

**Pracovní normy** - vztahují se k lidské práci (norma času, norma množství)

## 7. FINANČNÍ ANALÝZA

- Souží k analýze fin. situace podnikání v určitém okamžiku

- Hodnotí, zda se podniku daří plnit stanovené cíle

**Provádí se pomocí ukazatelů:**

a) Ukazatelé likvidity – schopnost podniku splácet dluhy

b) Ukazatelé rentability - Ukazatel míry zisku

c) Ukazatelé obratu

d) Ukazatelé aktivity – schopnost podniku rychle využívat svého majetku

**Zdroje:** rozvaha, výkazy zisků a ztrát, výkazy cash flow

**2 způsoby:**

1) vypočteme podíl jednotlivých ukazatelů

2) rovnou porovnááme v čase

## 8. KALKULACE A KALKULAČNÍ VZOREC

= **předběžné stanovení nebo následné zjištění nákladů a ceny na kalkulační jednici**

Kalkulační jednice = výkon, která je přesně objemově a obsahově vymezen (1 kg chleba, 1 kniha ks)

**Člení se z hlediska času na:**

**a) předběžnou** – jsou zde uvedeny předběžné náklady na kalkulační jednici

– sestavuje se před zahájením činnosti (na počátku určitého období)

– pokladem jsou THN spotřeby přímých nákladů a rozpočty nepřímých nákladů

**b) výslednou** – jsou zde skutečné náklady na kalkulační jednici

– sestavuje se po provedení výkonu (na konci sledovaného účetního období)

– porovnání N skutečných s N předběžnými

– podkladem jsou údaje zjištěné z vpů

### **Kalkulace dělením**

= nejjednodušší postup, stejnorodá výroba (jeden druh výrobků)

- celková částka rozpočtovaných nákladů se dělí plánovaným množstvím výrobků

### **Kalkulace dělením pomocí poměrových čísel**

= několik druhů stejnorodých výrobků, liší se rozměry, hmotností, ...

### **Kalkulace přírážková**

= různorodá výroba

### **Kalkulační vzorec**

○ Přímý materiál (základní a pomocný m.)

○ Přímé mzdy (mzdy dělníků)

○ Ostatní přímé mzdy (ZP a SP)

○ Výrobní režie (energie)

---

### **Vlastní náklady výroby**

○ Správní režie (účetní)

- Zásobovací režie

---

**Vlastní náklady výkonu**

- Odbytová režie (mzda obchodního zástupce)

---

**Úplné vlastní náklady výkonu**

- Zisk

Prodejní cena

DPH

---

**Prodejní cena s DPH**

Zisk= rozdíl mezi prodejní cenou a ÚVN výkonu

Prodejní cena = kdo je plátcem, odvádí daň

## 14 FINANČNÍ TRH A DLOUHODOBÉ CENNÉ PAPIRY

### 1. ZPŮSOBY FINANČNÍHO INVESTOVÁNÍ

#### **Financování**

= získávání zdrojů vlastních i cizích př. rodič – investor student – je financován

#### **Investování**

= vkládání dočasně volných prostředků

**Věcné** – investování finančních prostředků v souvislosti s podnikáním

**Finanční** – investování dočasně volných prostředků za účelem jejich zhodnocení (aby byly zúročeny, CP, BÚ, spoření...)

**Individuální** – FO nebo PO se sama rozhoduje, kam bude investovat

**Kolektivní** – FO či PO investuje prostřednictvím investičních fondů či společností

- stanovení dlouhodobých cílů a investiční strategie podniku
- vyhledávání a předinvestiční příprava rentabilních investičních projektů
- sestavení kapitálového rozpočtu na základě očekávaných kapitálových výdajů a peněžních příjmů, souvisejících s pořízením a fungováním investice
- finanční zhodnocení efektivnosti jednotlivých investičních variant

#### **Investiční portfólio**

= skladba, struktura, soubor, investor své dočasně volné prostředky investuje na fin. trhu do různých produktů a tím omezuje riziko, zvyšuje výnosnost – vytváří si investiční portfólio

**Pro dosažení co nejvyššího efektu musí finanční manager najít optimální řešení:**

- 1) Do čeho a kolik investovat
- 2) Z jakých finančních zdrojů investici financovat
- 3) Jak rozdělit dosažený hosp. výsledek (dividendová politika: vyplatit dividendy akcionářům)

#### **Pravidla racionálního investora:**

- raději více peněz než méně
- raději méně rizika než více při srovnatelném efektu
- raději stejné množství peněz dnes než zítra

#### **Investiční rozhodování zahrnuje tyto oblasti:**

- 1) Kapitálové plánování
- 2) Očekávané peněžní toky
- 3) Kritéria investičního rozhodování
- 4) Riziko spojené s vyhodnocením investic

### 2. VYSVĚTLETE POJEM „FINANČNÍ TRH“

- místo, kde se střetává nabídka finančních prostředků s poptávkou po nich.
- trh se všemi formami peněz, je spojen s jejich existencí
- systém zabezpečující pohyb peněz a kapitálu na základě poptávky a nabídky
- tvoří se zde cena peněz (tržní hodnota, kurz)
- jde o nejpružnější trh, který citlivě reaguje na veškeré ekonomické i politické změny – je velice citlivý na jakákoliv rizika
- je založen na nabídce relativně volných peněz, které jejich majitelé chtějí zhodnotit, poptávce po penězích těch, kteří chtějí vydělat, ale nemají dostatek kapitálu – střetem N a P se vytváří cena peněz (úrok, devizový kurz, ...)

#### **Podstata peněz, jejich vznik, současná forma:**

- vyjadřuje se jimi hodnota veškerého zboží

- je to něco, co jsou lidé ochotni všeobecně přijímat výměnou za výrobky a služby

**Současná forma peněz:**

- hotovostní (bankovky a mince)
- bezhotovostní (=depozita)
- plastické (platební karty)

- soustava peněz stanovena zákonem, která platí na území určitého státu se nazývá měna, základem měny je měnová jednotka (česká koruna), hotovostní peníze v cizí měně se nazývají valuty, vklady na účtech u bank znějící na cizí měnu se nazývají devize

**Funkce peněz v hospodářství – v současné ekonomice plní peníze 3 základní funkce:**

1. Jsou kupním a platebním prostředkem – funkce směny
2. Jsou prostředkem k vyjádření různých ekonomických veličin – pomocí nich se kalkulují N a stanovují ceny výkonů, ...
3. Jsou prostředkem k uchování majetku

**Co tvoří na FT:**

**Nabídka** - volné peněžní prostředky domácností, firem (Po) a států – volné finanční zdroje

**Poptávka** - ti, kteří mají nedostatek volných zdrojů na nákup potřebných statků, investic, na mzdy zaměstnanců

- **ti, kteří mají úspory:** představují nabídku peněz, peníze mohou uložit do bank, tím je dávají k dispozici, za to dávají cenu – úrok

- **ti, kteří chtějí investovat:** představují poptávku po penězích, uložené peníze jsou ji zapůjčovány a za to platí cenu – úrok

- **subjekty finančního trhu:** ti, kteří jsou účastníky FT (banky, obyvatelé, firmy) = KDO

- a) přebytkové (investor, věřitel)
- b) schodkové (dlužník)
- c) Sprostředkovatel (Banky, Stát, Pojišťovny, Burza)

- **objekty finančního trhu:** to, co je předmětem obchodování na FT (peníze, devizy, zlato, CP)

### 3. KAPITÁLOVÝ TRH A JEHO CHARAKTERISTIKA

= peněžní prostředky s dobou splatnosti > 1 rok

**Je místem obchodů velkých investorů, které můžeme rozdělit na:**

**Strategické investory** – chtějí v Po uplatňovat Po strategické cíle a k tomu potřebují mít i potřebný kapitálový vliv

**Investiční investoři** – jde o finanční spol. u nichž se hromadí peněžní úspory, kte. je třeba zhodnocovat před inflací apod. – banky, PF, investiční společnosti

**Jaký trh rozlišujeme při obchodování s cennými papíry?**

- Primární
- Sekundární

**Který trh z hlediska objemu operací zaujímá na peněžním trhu nejvýznamnější místo?**

- Mezibankovní trh

**Vypiš si základní rozdíly peněžního a kapitálového trhu**

- Peněžní – krátkodobý, síť bank – nesoustředí se na 1 místo
- Kapitálový – dlouhodobý, soustředí se na 1 místo

**Co je to kapitál, co o něm víš?**

- Vše co je vloženo, aby nám přineslo zisky
- Jeho cenou je zisk nebo úrok



- Forma – finanční - není výrobním faktorem, hmotná
- Akumulace kapitálu – shromažďování kapitálu

### **Základní funkce finančního trhu v tržní ekonomice**

- Umožňuje přerozdělování dočasně volného FK
- Umožňuje centrální bance regulovat množství peněz v ekonomice
- Určuje cenu peněz na základě N a P
- Určuje úrokovou míru v ekonomice
- Představuje efektivní nástroj regulace aktivity státu  $\diamond$  stát ne nemůže zadlužit více, než kolik mu trh dovolí
- Umožňuje emitentům cenných papírů získat FK
- Rozšiřuje možnosti finančního rozhodování

### **4. ČLENĚNÍ FINANČNÍHO TRHU**

#### **Podle splatnosti:**

- Peněžní – krátkodobý, ve společnosti kratší dobu než 1 rok (např. směnky, krátkodobé úvěry)
- Kapitálový – dlouhodobý, ve spol. déle než 1 rok (např. dluhopisy, akcie, dlouhodobé úvěry)

#### **Podle stáří emisí:**

- Primární trh – předmětem obchodování jsou nové emise cenného papíru (např. akcie).
- Sekundární trh – předmětem starší emise či prodej vlastních CP, nabízeny již dříve emitované a někým vlastněné papíry

#### **Podle používaných nástrojů:**

- trh úvěrový
- trh devizový
- trh drahých kovů
- trh cenných papírů

### **5. INSTITUCE FINANČNÍHO TRHU**

- Komerční banky
- Spořitelny
- Pojišťovny
- Penzijní fondy
- Leasingové společnosti
- Burza cenných papírů
- ČNB - (všechny FI mohou poskytovat pouze finanční služby, k nimž získaly povolení od ČNB)

#### **ČNB**

- emituje peníze do oběhu
- určuje měnovou politiku
- sleduje množství peněz v oběhu
- dohlíží na činnost obchodních bank
- obchoduje s cennými papíry

#### **Burzy cenných papírů**

- místo, kde se obchoduje s akciemi
- na burze obchodují: investoři  
emitenti CP  
makléři  
banky
- o přijetí za člena burzy se podává žádost

- **hlavní trh** – na cenný papír planí nejpřísnější požadavky jako např. vysoký stupeň obchodovatelnosti, neomezená převoditelnost
- **vedlejší trh** – požadavky na CP jsou již méně přísné, nemusí splňovat všechny podmínky jako na hlavní trhu, převážně CP nových či středních podniků
- **volný trh** – lze obchodovat s ostatními CP v menších množstvích a s CP méně známých emitentů

## 6. POJEM „CENNÝ PAPÍR“, ČLENĚNÍ CP

- listina, která dává nárok na určitou peněžní částku nebo majetek, zachycuje vztah mezi 2 nebo více subjekty
- vydávají se v nominální hodnotě
- náležitosti určuje Zákon o cenných papírech
- druh kapitálu, se kterým se obchoduje na finančním trhu
- dlužní závazek nebo majetkový nárok vlastníka vůči tomu, kdo CP vydal

### **Členění:**

#### **Podle převoditelnosti:**

- na majitele – nejlépe obchodovatelné, majitelem je ten, kdo je předloží
- na jméno – vyloženě napsáno na majitele, uvádějí jméno oprávněné osoby
- na řád (na doručitele) – napsáno, kdo je emitent a pak se to přepisuje

#### **Podle podoby:**

- zaknihované – centrální registr CP v Praze má záznamy v PC
- listinné – mají fyzickou podobu na papíře

#### **Podle důchodu:**

- CP se stálým důchodem – obligace
- CP s proměnným důchodem – akcie
- CP neúročené – šeky

#### **Podle emise CP:**

- hromadně vydávané – státní
- individuálně vydávané - směnky

#### **Podle emitenta:**

- státní – vydává je stát
- komunální – vydávají je územní samosprávné celky (města a obce)
- soukromé – vydávají je firmy nebo FO

#### **Podle charakteru výnosu:**

- s pravidelným výnosem – výnos je vyplácen pravidelně (dluhopisy)
- s podílem na zisku – výnos závisí na zisku emitenta (akcie)
- bez pravidelných výnosů – výnos může být jednorázově zahrnut v určité částce (směnky)

#### **Podle práva:**

- majetkové CP
- dluhové CP

**majetkové CP** – akcie, podílový list

**úvěrové CP** – obligace, vkladní list, pokladniční poukázka

**dlouhodobé úvěry** – finanční leasing, na dlužní úpis, hypotekární

## 7. MAJETKOVÉ CP ROZDĚLENÍ A POPIS

### **Akcie**

- dlouhodobý CP, jsou v zákoně o obchodních korporacích, kapitál **a.s.**

#### **- Zisk z akcie:**

- a) podíly na zisku (dividendy) - nad 1 rok

b) rozdíl mezinárodní a prodejní cenou akcie - pod 1 rok

**- Práva:**

a) majetková – právo na majetku a.s., zisku, likvidačnímu zůstatku

b) nemajetková – právo hlasovat na valné hromadě, volit a být volen

**Podílové listy**

- emitentem jsou podílové fondy, které zřídila investiční společnost (banka, pojišťovna)

- nabízí službu kolektivního investování

**Úvěrové CP rozdělení a popis**

- mají pevně stanovenou dobu splatnosti

- majitel CP nesmí ovlivňovat chod dané společnosti, která CP vydala

**Dluhopis**

- CP, která je emitován v případě nedostatků fin. Prostředků

- závazek emitenta vůči věřiteli

- emitovaný s cílem získat peněžní prostředky na delší dobu

- splatnost je pevně stanovena

- emitent v době splatnosti dluhopisu zaplatí věřiteli dlužnou částku + úrok

- Emitenti: banky, podniky, stát, města

**- Druhy emise:**

a) vlastní – emisi si zajišťuje podnik sám

b) cizí – zařizuje někdo cizí

c) soukromá – nabídnu konkrétnímu člověku

d) veřejná – nabídnu veřejnosti

**Členění dluhopisů**

**Podle splatnosti:**

a) Pokladniční poukázky – doba splatnosti kratší než jeden rok

b) Krátkodobé – doba splatnosti do 5 let

c) Střednědobé – doba splatnosti 5 – 10 let

d) Dlouhodobé – doba splatnosti větší než 10 let

**Podle emitenta:**

a) Státní dluhopisy (nižší úrok, nižší riziko)

b) Korporátní dluhopisy (podnikové)

c) Komunální dluhopisy

## 15 FINANČNÍ TRH, JEHO ČLENĚNÍ A KRÁTKODOBÉ CP

### 1. POJEM FINANČNÍ TRH

= místo, kde se obchoduje s penězi a jejich ekvivalenty

- další podoby penězi, jako jsou cenné papíry, umělecké předměty, cizí měny
- místo, kde se střetává S a D po penězích a tvoří se zde jejich cena
- subjekty, které vystupují na FT: schodkové a přebytkové
- nerozsáhlejší trh (více než trh práce, nebo trh statků a služeb)

**Funkce:**

- a) **soustředování** – dočasně volných peněžních zdrojů
- b) **rozmístování** – peněžních prostředků tam, kde je jejich využití nejefektivnější
- c) **zapojování** – volných zdrojů do ekonomického procesu

**Peníze**

- speciální druh zboží, který lze vyměnit za ostatní zboží
- **podoby peněz:** - mince, bankovky, depozita (peníze na účtech v bance), cenné papíry

**Ochranné prvky bankovek:**

- vodoznak
- okénkový proužek
- oranžová vlákna
- souteřková značka
- skrytý obrazec
- opticky proměnlivá barva
- iridiscenční pruh
- mikrotext

### 2. NÁSTROJE PENĚŽNÍHO TRHU

#### 1. Netermínované vklady

#### 2. Krátkodobé termínované vklady

#### 3. Krátkodobé úvěry

- a) **kontokorentní úvěr:**
  - sjednává se k běžnému účtu
  - klient čerpá peněžní prostředky až do stanovené výše
  - úroky se platí z úvěru, který byl opravdu vyčerpan
  - podmínky stanovení různě podle toho úroky
- b) **lombardní úvěr:** - poskytován proti movité věci (cenný papír, drahé kovy)
- c) **spotřební (spotřebitelský) úvěr:** - vysoký úrok

### 3. ČLENĚNÍ FINANČNÍHO TRHU

**Podle doby splatnosti:**

- peněžní trh – obchoduje se s krátkodobými CP, splatnost do 1 roka (šeky, směnky, poukázky)
- kapitálový trh – obchoduje se s dlouhodobými a střednědobými CP, splatnost nad 1 rok (akcie, dluhopisy, obligace)

**Podle stáří emisí:**

- Primární trh - předmětem obchodování jsou nové emise cenného papíru (např. akcie).

- Sekundární trh – předmětem starší emise či prodej vlastních CP

**Podle používaných nástrojů:**

- trh úvěrový
- trh cenných papírů
- trh devizový
- trh drahých kovů

**4. POJEM „CENNÝ PAPÍR“, ČLENĚNÍ CP**

- symbolické peníze, které zachycují právní nárok mezi 2 a více stranami
- listina, z níž jejímu majiteli vyplývá právní nárok na zaplacení věřiteli peněžní částku včas
- jsou obchodovatelné, lze převádět na jiné osoby
- náležitosti: název, nominální hodnota, tržní hodnota, datum vystavení, jméno emitenta (kdo CP vydal)

**Členění CP:**

**podle evidence**

- a) listinné (hmotné)
- b) zaknihované (nehmotné)

**podle toho na koho jsou vystaveny:**

- a) na jméno
- b) na doručitele
- c) na řad

**podle práva:**

- majetkové CP
- dluhové CP

**5. SMĚNKY**

- CP, který nese nějaký dluh
- jednoduché úrokování
- majitel směnky nese právo na proplacení částky uvedené na směnce

**Členění:**

- **vlastní** - příkaz ZAPLATÍM! 2 subjekty (směnečník=dlužník, věřitel)
  - výstavcem je dlužník, který se zavazuje, že zaplatí částku na směnce uvedenou věřiteli
- **cizí** - příkaz ZAPLAŤTE! 3 subjekty (směnečník, věřitel, výstavce)
  - výstavcem je věřitel, který přikazuje dlužníkovi, aby zaplatil částku uvedenou na směnce v určitou dobu

- výstavce přikazuje směnečníkovi zaplatit věřiteli dluh, směnečník musí vyjádřit souhlas
- **použití:** buď jako zaplacení dluhu, nebo jako ruční (zajišťovací funkce)
- **náležitosti:** název - směnka, částka, datum vystavení, datum splatnosti, podpis výstavce, bezpodmínečný příkaz zaplat'te nebo zaplatím, jméno výstavce, jméno dlužníka, jméno věřitele

- Z pohledu účetnictví:
- směnky k inkasu (pro firmu, osobu pohledávka)
  - směnky k úhradě (pro firmy závazek)

**Směnečný úvěr = eskontní úvěr**

= odkup směnky obchodní bankou před lhůtou její splatnosti

- ten, kdo směnku odkoupí musí uhradit remitentovi směnečnou sumu + diskont (bankovní poplatek) na směnce do data splatnosti
- pokud dlužník směnku nesplatí, vymáhá ho banka, která je na směnce uvedena

**Druhy:**

**Směnečný**      $\text{diskont} = \frac{\text{počet dnů} \cdot \text{jistina} \cdot \text{šrokový sazba} \cdot \text{počet dnů}}{100 \cdot 360}$

**Akceptační****Eskont směnky:**

- předložení směnky k odkupu bankou před lhůtou její splatnosti (eskontní úvěr)
- postupný prodej směnky před lhůtou její splatnosti
- banka si za směnečné částky strhne provizi, diskont (úrok)

**6. ŠEKY**

= CP, kterým výstavce šeku dává příkaz bance aby osobě uvedená na šeku nebo doručiteli zaplatila částku na kterou je šek vystavěn

- bezpodmínečný příkaz k úhradě, inkasu, převodu
- upravuje ho zákon šekový a směnečný
- šekovník vystavuje šek ve prospěch věřitele

**Náležitosti:** název – šek

datum vystavení šeku

částka

jméno věřitele

jméno šekovníka

bezpodmínečný příkaz zaplatit

místo placení

podpis výstavce šeku

**Členění:**

**Soukromé** – vlastní FO i PO, když má v bance účet, šekovník vydá šek, věřitel ho předloží na přepážce, zkontroluje se, zda je šek platný a vyplatí se z účtu šekovníka peníze

**Bankovní** – banka vystaví šek na žádost klienta až po jeho zaplacení, poté s ním může platit nebo ho banka doručí určené osobě

- šek musí být předložen k inkasu před lhůtou jeho splatnosti
- případné poplatky hradí příjemce šeku

**Šeky lze použít**

- 1) k výběru hotovosti z BÚ, ke kterému byly šeky vydány – pokladní šeky
- 2) při placení za nakoupené zboží a služby – kupující uhradí tu platbu šekem, ten šek předává prodávajícímu a prodávající přikládá šek bance – dnes nahrazuje platební karta, tento druh šeku dnes nahrazují elektronické formy placení (platební karta)

**7. STÁTNÍ POKLADNIČNÍ POUKÁZKY**

- vydávány CNB ke krytí deficitu státního rozpočtu
- nejsou určeny pro širokou veřejnost – od 10 mil. Kč
- krátkodobé CP, emituje je stát prostřednictvím ministerstva financí
- stát je emituje, aby pokryl (vyrovnal) krátkodobý schodek mezi příjmy a výdaji státního rozpočtu v průběhu běžného období
- běžný rok – který v současné době probíhá

**Splatnost**

- od několika dnů do max. 1 roku

- jsou určeny pro obchodování mezibankovním trhu a pro velké investory, protože nominální hodnota 1 poukázky stojí 1 milión a více a emise je miliardová
- státní záruka + úroky => banky o to mají zájem

### 8. NOMINÁLNÍ A REÁLNÁ ÚROKOVÁ MÍRA

= Zahrnutí míry inflace v rámci peněžního trhu je velmi důležité, proto se rozlišuje se nominální a reálná úroková míra

#### **Nominální úroková míra**

= vyjadřuje procentní přírůstek z uložené částky

#### **Reálná úroková míra**

= vyjadřuje procentní změnu kupní síly, neboli o kolik procent zboží sil ze koupit více. Bere se v úvahu změna cenové hladiny – míra inflace.

#### **Výpočet reálné úrokové míry**

$$i_R = i_N - \pi$$

$i_R$  .... reálná úroková míra

$i_N$  .... nominální úroková míra

$\pi$  .... míra inflace

## 16 BANKOVNICTVÍ

### 1. BANKOVNÍ SYSTÉM ČR – CHARAKTERISTIKA

#### **Dvoustupňová bankovní soustava:**

1.stupeň = ústřední (centrální banka – ČNB)

2.stupeň = ostatní banky

**Jednostupňový** – v čele centrální banka se sítí svých poboček a ostatní banky jsou na CB přímo závislé a nejsou samostatnými podnik. subjekty

**Dvoustupňový** – v čele je centrální banka a ostatní banky jsou na CB nepřímo závislé a jsou samostatnými podnik. subjekty, centrální banka nadřazená obchodním bankám

#### **Centrální (emisní)**

- náplní je emise peněz
- je bankou bank (reguluje jejich činnost, poskytuje bankám úvěry, drží část jejich vkladů)
- řídí množství peněz v oběhu
- reguluje měnový kurz
- provádí bankovní dozor (legálnost bankovních operací, povoluje zakládání bank)
- je bankou vlády

#### **Obchodní (komerční)** – tyto banky podnikají na finančním trhu

- ČSOB, UniCredit Bank, Česká spořitelna
- **provádějí: aktivní operace** – ty přinášejí výnosy z přijatých úroků, zejména jde o poskytování úvěrů

**pasivní operace** – při nich banky úroky vyplácejí, např. z přijatých vkladů

**služby (neutrální operace)** – vedení účtů, devizové a valutové služby, poradenství, podávání informací, obchody s cennými papíry

### 2. BANKA – CHARAKTERISTIKA

-je peněžní ústav, který se zabývá peněžními a úvěrovými obchody, transakcemi a operacemi, shromažďováním volných peněžních prostředků a zprostředkováním platebního styku

= instituce, která poskytuje finanční služby

- základní činností je shromažďování peněžních prostředků, které dává k dispozici formou úvěrů
- umožňuje pohyb peněz v ekonomice

a) **Aktivní operace** – výnosy z přijatých úroků (poskytování úvěrů)

b) **Pasivní operace** – vyplacené úroky (přijaté vklady)

c) **Služby** – poradenství, devizové a valutové služby, obchody s CP...

- jednotlivé banky se mohou specializovat na určitý obor, např. CP, devizové účty atd...

### 3. CENTRÁLNÍ BANKA – CHARAKTERISTIKA, FUNKCE

ČNB → Dohlíží nad finančním trhem (všechny ostatní banky) a řeší jeho krize (např. inflace)

#### **Funkce:**

1. určuje a provádí měnovou politiku
2. vydává bankovky a mince
3. řídí peněžní oběh, platební styk a zúčtování bank
4. vykonává dohled nad prováděním bankovní činnosti
5. vede účty státního rozpočtu a státních fondů
6. spravuje měnové rezervy ve zlatě a devizách



7. obchoduje se cennými papíry (především státními)

### 1. určuje a provádí měnovou politiku

- měnová politika ovlivňuje celkové množství peněz v ekonomice
- cílem je udržet stabilitu měny, aby nedocházelo k inflaci

<b>vyšší množství peněz v EKO</b>	<b>menší množství peněz v EKO</b>
zvýšení poptávky po zboží a službách	snížení poptávky po zboží a službách
zvýšení nabídky výrobků	snížení nabídky výrobků
vyšší zaměstnanost	růst zaměstnanosti
vyšší míra inflace	nižší míra inflace

### - nástroje ČNB pro řízení MP:

- a) povinné minimální rezervy (nepřímý nástroj)
- b) diskontní sazba – základní úroková sazba v ekonomice, za kterou mohou obchodní banky ČR ukládat přes noc u SB dočasně volnou likviditu, nepřímo ovlivňuje výši úvěrů pro podnikatelskou sféru
- c) operace na volném trhu – nákup a prodej státních CP centrální bankou
- d) ostatní nástroje (přímý nástroj) – úvěrové limity, minimální úrokové sazby z vkladů, maximální úrokové sazby z úvěrů
- e) repo sazba – úroková sazba centrální banky pro termínované operace s CP, je to refinanční sazba
- f) lombardní sazba – úroková sazba na úvěry obchodním bankám se zástavou cenných papírů, je vždy vyšší než diskont nebo repo sazba
- g) pravidla likvidity – centrální banka určuje obchodním bankám jaký mají mít vztah mezi aktivy a pasivy

### 2. vydává bankovky a mince

- ČNB má jako jediná banka výhradní právo emise hotovostních českých peněz
- ČNB stanovuje míry, hmotnost, materiál, vzhled a nominální hodnotu českých peněz a jejich vydání do oběhu

### 3. řídí peněžní oběh a platební styk

- a) hotovostní:
  - pečuje o množství peněz v oběhu (hodnoty i kusy)
  - sleduje a doplňuje množství peněz podle nominálních hodnot
- b) bezhotovostní: - stanoví zásady vedení účtů u bank a provádění platebního styku

### 4. vykonává bankovní dohled nad bankami 2. stupně

- dohled nad všemi ostatními bankami
- cílem je omezit rizika, chránit zájmy vkladatelů a funkčnost bankovního systému
- nástroje:
  - udělování bankovních licencí
  - dohled na dálku (výkazy) a na místě
  - odnětí licence
  - nucená správa

### 5. ostatní funkce

- „banka bank“ – vede účty bank, rezervní účty a úvěruje banky
- „banka státu“ – vede prostředky st. rozpočtu, poskytuje státu úvěr, spravuje státní dluh, reprezentuje finančně stát
- vyhlašuje kurzy koruny, je správcem měnových rezerv ve zlatě a devizových prostředcích

#### 4. NÁSTROJE MĚNOVÉ POLITIKY

- měnová politika znamená ovlivňování ekonomiky prostřednictvím peněžního trhu
- provádí ji zpravidla téměř vždy centrální banka konkrétní země, a to většinou nezávisle na vládě
- základním cílem centrálních bank, a tedy i měnové politiky, bývá udržovat cenovou stabilitu, neboli nízkou míru inflace
- vedle tohoto základního cíle mohou centrální banky také sledovat mimo jiné stabilní ekonomický růst a nízkou míru nezaměstnanosti

1. povinné minimální rezervy (vyšší rezerva, méně peněz v oběhu -> řízení inflace)
2. diskontní sazba
3. operace na volném trhu
4. ostatní nástroje

#### 5. BANKOVNÍ OPERACE

- operace obchodních bank

**pasivní** – banka je v pozici dlužníka

- 1) operace je shromažďování vkladů
- 2) operace je vydávání depozitních certifikátů

**aktivní** – banka je v pozici věřitele

- poskytuje úvěry a půjčky
- rozdělení úvěrů podle doby splatnosti: krátkodobé (do 1 roku)  
dlouhodobé (nad 1 rok)

**neutrální** – banka není ani věřitel ani dlužník

##### **pasivní operace**

druhy vkladů

běžné účty – účet pro podnikatele a jsou povinné

sporožirové účty – účet pro obyvatele

devizový účet – pro podnikatele i obyvatelstvo, lze vybírat i v jiné měně

termínovaný účet – je dán přesný termín kdy je možno na účet vkládat a vybírat

- vhodný pro banku i pro klienta
- jsou úročeny vyšší úrokovou sazbou a pro banku jsou stabilní zdroj příjmů

##### **aktivní operace**

- banka půjčuje peníze na úvěry
- za každý úvěr je potřeba ručit

#### 6. BANKOVNÍ ROZVAHA

**Aktiva** (použití zdrojů)

- peníze v pokladně
- majetek
- úvěry lidí u banky (kontokorentní)
- hypoteční úvěr
- peníze uložené u jiných bank
- cenné papíry
- vydané obligace

**Pasiva** (zdroje)

- základní kapitál
- běžné účty

- termínované vklady (peníze uložené na stanovenou dobu, s výpovědí, bez výpovědi)
- vkladní knížky – výpovědní doby
- depozitní certifikáty
- vklady od jiných bank

## 7. ÚVĚROVÁ ČINNOST BANK

=poskytování půjček

- **Úvěr** = částka, kterou věřitel vypůjčí dlužníkovi, dlužník musí tuto částku splatit do určitého data s úrokem

- **Znaky:** výnosnost, návratnost, zajištěnost

- **Členění úvěrů:**

- a) Krátkodobé (do 1 roku)
- b) Dlouhodobé (nad 1 rok)
- c) Účelové (hypotéka)
- d) Neúčelové (hotovostní půjčka, kontokorent)

## 8. ÚROKOVÉ SAZBY

- poplatek za půjčení peněz
- dány v % z vypůjčené nebo vložené částky
- sazba se stanovuje podle rizika, délky vkladu či úvěru, dlužné částky
- ovlivňuje je inflace – znehodnocuje vklady

### **1. diskontní sazba**

- základní úroková sazba v ekonomice a je nejnižší
- pokud stoupá inflace, stoupá i diskont
- odvíjí se od ní ostatní sazby

### **2. repo sazba**

- jedna ze tří úrokových sazeb stanovovaných Českou národní bankou
- souvisí se státními pokladničními poukázky

### **3. lombardní sazba**

- vyšší než diskont a reposazba
- používá se na úvěry obchodních bank se zástavou cenných papírů

## 9. VKLADOVÁ ČINNOST BANK

**Bankovní vklady** = cesta, jak banka získává peněžní prostředky

**Druhy vkladů:**

### **a) Vklady na běžných účtech**

- slouží k platebnímu styku, není stabilním zdrojem
- nebývá ukládání peněz, ale provádění platebního styku

### **b) Spořicí účet**

- pro průběžné spoření
- je type bankovního účtu pro libovolné ukládání prostředků
- lépe úročeny než na běžných účtech
- disponování s nimi nebo výběr bývá určitým způsobem omezen (výpovědní lhůtou)

### **c) Termínované vklady**

- sjednány na pevně stanovenou částku a dobu, vysoké úroky
- možno vybrat předčasně za sankční poplatek
- na dobu určitou (např. rok)
- výpovědní lhůtou (dopředu musíme vklad vypovědět)

- Výhody vkladů:**
- bezpečné uložení
  - snadné založení
  - rychlá dostupnost prostředků na běžném účtu
- Nevýhody vkladů:**
- nízké úrokové sazby
  - případné postihy za dřívější výběr spořicíh či termínovaných vkladů

## 10. POJIŠTĚNÍ VKLADŮ

- pojištění pohledávek z vkladů v bankách, stavebních spořitelkách a družstevních záložnách. Těm všem budeme dále říkat jen pojištěné instituce
- pojištění vkladů je důležitou součástí ochrany klienta a v České republice je zajišťováno Garančním systémem finančního trhu (někdy jen zkráceně Garanční systém)
- pro zvýšení bezpečnosti je zřízen Garanční systém finančního trhu, který je tvořen povinnými příspěvky bank
- pojištěno je 100% celkové pojištěné pohledávky z vkladu, maximálně však do výše odpovídající v přepočtu 100.000 EUR na jednu osobu u jedné pojištěné instituce
- případě zkrachování Fond vyplatí vklad do výše 50 000 EUR
- pojištěny jsou veškeré vklady jak fyzických, tak právnických osob, vedené v pojištěných institucích v české nebo cizí měně, včetně úroků
- pojištěny jsou tak zejména kreditní zůstatky na běžných, termínovaných či vkladových účtech nebo vkladních knížkách, vklady potvrzené vkladovým certifikátem, vkladním listem či jiným obdobným dokumentem

## 11. ÚROČENÍ VKLADŮ A ÚVĚRŮ

- **úrok** – částka, kterou buď dostaneme nebo platíme
- úroková míra vyjadřuje v procentech jakou část z uložené nebo půjčené částky bude úrok činit
- **úrok se může počítat za různé období:**
  - roční – p. a. (per annum)
  - pololetní – p. s. (per semestrum)
  - čtvrtletní – p. q. (per quartale)
  - měsíční – p. m (per mensem)

### **Stanovení úrokové sazby:**

- berou v úvahu nabídku a poptávku, sazby konkurence, sazby centrální banky i své náklady

## 17 POJIŠŤOVNICTVÍ

### 1. VÝZNAM POJIŠŤOVNICTVÍ

= nevýrobní odvětví ekonomiky zabezpečující finanční vyloučení negativních důsledků nahodilosti na ekonomickou nebo jinou činnost lidí

- touto činností se zabývají podniky - pojišťovny
- příslib pojišťovny poskytnout služby v případě škody

= finanční služba

= zdrojem rozvoje společnosti

= neznamená výraznější růst bezpečnosti

= neznamená ani naprostou jistotu – nese jen finanční důsledky za jednotlivá rizika konkrétních činností

- ekonomický obor, který minimalizuje rizika z činností člověka
- finanční služba, právní vztah, náplní je vytváření fondů

#### **Význam:**

Pro jedince - léčení, dožití, úraz

Pro kolektiv - požár, odcizení majetku

Pro hospodaření - zajišťuje chod podniku, omezení vzniku bankrotů

- pojišťovny mohou být specializované nebo univerzální
- dozor vykonává ministerstvo financí a jeho činnost spočívá v povolování pojišťovací činnosti, vykonává kontrolu, dodržování právních předpisů a schopnost likvidity pojišťovatelů

### 2. NÁPLŇ ČINNOSTI POJIŠŤOVNY

= je finanční instituce na komerční bázi, která za úplatu a s cílem dosažení zisku poskytuje podnikatelům a fyzickým osobám ochranu proti rizikům

= instituce, které za úplatku a s cílem dosažení zisku poskytují PO a FO ochranu majetku

#### **Činnosti:**

##### **1) Pojišťovací:**

= je specializovaná oblast finančnictví, jež pomáhá zajišťovat veškeré hodnoty včetně zdraví a života, které jsou ohrožovány s řadou rizik

- příslib poskytnout služby v případě škody
- sjednávání pojištění
- vyřizování, likvidace pojistných událostí
- uskutečňování pojistného plnění
- na základě pojistné smlouvy

##### **2) Zajišťovací:**

= finanční činnost značného významu, protože usnadněním rozložení rizik na celosvětové úrovni umožňuje pojišťovnám poskytujícím přímé pojištění zvýšit kapacitu jejich výkonů v pojišťovnictví a jejich pojistného krytí a rovněž snížit jejich kapitálové náklady

- pojištění pojišťovny pro případ mimořádné škody
- zajišťovna je jiná pojišťovna
- provádí na základě smlouvy zajišťovací činnost pro pojišťovny
- převzetí části rizika od ostatních pojišťoven

##### **3) Zábranná:**

= činnost pojišťovny, která podléhá zákoně o pojišťovnictví prosazující preventivní opatření ke snižování rizika a rozsahu škod

- prevence proti vzniku škody, ke snižování rizika a rozsahu škod

#### **4) Asistenční:**

= bývají součástí cestovního pojištění a povinného ručení

- cestovné a zahraniční pojištění
- náhradní vůz, obstarání opravy poškozeného vozidla

#### **5) Poradenská:**

= příležitostné poskytování informací v rámci jiné profesní činnosti či pouhé poskytování obecných informací o pojistných produktech

- pojišťovny radí klientům v jakém rozsahu si pojištění sjednat, poskytování informací o pojistných produktech
- pomoc v orientaci v druzích pojištění pro FO a PO

### **3. ZNAKY POJIŠŤOVACÍHO VZTAHU**

- pojištění má charakter peněžních vztahů
- je to efektivní tvorba a rozdělování peněžních prostředků prostřednictvím pojistných fondů, které tvoří pojišťovny
- část prostředků ukládá pojišťovna do pojistných rezerv a ostatní částky používá pro vyplácení pojištění
- pojištění je právní vztah mezi FO a PO, který vzniká na základě pojistné smlouvy nebo právního předpisu (zákona)

**- Pojištění má tyto charakteristické znaky:**

#### **1. solidárnost**

- dochází k přispívání v tvorbě fondů
- projevuje se v tom, že pojistníci společně přispívají na vytváření pojistných fondů už s vědomím toho, že nemusí vložené pojistné získat zpět a místo jim bude vyplaceno někomu jinému

#### **2. podmíněná návratnost prostředků**

- musí dojít ke vzniku pojistné události/škody
- projevuje se v tom, že pojištění bude vyplaceno tehdy, vznikne-li pojistná událost

#### **3. neekvivalentnost pojistného plnění s pojistným**

- nerovnost částky, které vkládáme oproti té, co se nám vrací jako pojistné plnění
- projevuje se v tom, že pojistné plnění není závislé od výše zaplaceného pojistného tzn., že může být vyšší nebo nižší než splacené pojistné

### **4. ČLENĚNÍ POJISTNÝCH PRODUKTŮ**

- Pojištění osob
- Pojištění majetku občanů
- Pojištění vozidel
- Cestovní pojištění
- Pojištění odpovědnosti za škodu
- Pojištění právní ochrany

**podle délky trvání:**

- krátkodobé (do 1 roku)
- dlouhodobé

**podle potřeby zajištění budoucích závazků:**

- rizikové
- rezervované
- penzijní pojištění

**podle způsobu placení:**

- placení pojištění jednorázově
- placení pojištění běžně

**podle povinnosti uzavření:**

- povinné pojištění (zákonné sociální a zdravotní p., odpovědnost za škodu z provozu motorového vozidla, pracovní úrazy z povolání)
- dobrovolné pojištění – na komerční bázi

**podle územní platnosti:**

- místně platná
- platná na území ČR
- v Evropě
- na celém světě

podle způsobu určené výše pojistného:

**pojištění sjednaná na:**

- novou hodnotu
- časovou hodnotu
- modifikovanou hodnotu
- jinou hodnotu

**podle způsobu určení věci:**

- pojištění věci
- pojištění souboru věcí

**podle počtu rizik proti kterým je pojištění sjednáno:**

- jedno
- více
- všechna

**Podle účasti pojištěného na pojistné plnění:**

- se spoluúčastí pojištěného
- bez účasti

## 5. EKONOMIKA POJISTNÉHO VZTAHU

- pojišťovna je ekonomický subjekt, který je založen za účelem dosažení zisku
- **pojištěný** – tvorba ziskát minimálně tolik, kolik jsme uhradili na pojištění
- **pojišťovna** – musí plnit to co je ve smlouvě, docílit zisku

**Základní ekonomické činnosti:**

**1. plánování – bilance**

- které se orientuje na předpokládané hospodářské výsledky s přihlédnutím na možnosti trhu a pojišťovny
- nejdůležitějšími plány jsou finanční plán, plán činnosti, plán pojistných událostí

**2. analýza – rozbor**

- úkolem je průběžně sledovat stanovené ekonomické úkoly, sledovat hospodářské činnosti a hospodářské výsledky
- analýza a rozbor slouží pojišťovně k řízení a odstraňování nedostatků

**3. účetnictví a informatika**

- zachycuje hospodářské operace, umožňuje jejich hodnocení a ukazuje konečný stav hospodaření
- Informační soustava:
- v pojišťovně je velmi složitá z důvodů rozsáhlé činnosti pojišťovny
- zabezpečuje sběr a zpracování údajů pro potřeby řízení

#### 4. ekonomika a práce

- zahrnuje procesy související s efektivním využíváním pracovní síly (rozmístování pracovníků, produktivita práce)
- zabývá se i mzdovou stránkou pojišťovny

#### 5. finanční podnikání

**Obchodní činnosti pojišťovny:** - jsou základem prací pojišťoven

1. obchodní činnost - obch. služby, údržba, propagace
2. provoz pojišťoven – zabezpečuje průběžnou starostlivost o uzavření pojistné smlouvy, provádí příjem a kontrolu nově sjednaných smluv, provádí registraci, evidenci, statistické zpracování
3. likvidace škod (vizitka pojišťovny)

- **brutto pojištění** = cena, kterou platí pojištěný nebo pojistník
- **netto pojištění** = částka určená ke krytí výdajů pojišťoven na pojistná plnění

#### 6. SUBJEKTY POJIŠŤOVACÍHO VZTAHU

- Pojišťovna
- Zajišťovna
- Pojišťovací zprostředkovatel
- Samostatný likvidátor pojistných událostí
- dohled v pojišťovnictví vykonává zejména v zájmu ochrany spotřebitele Česká národní banka (ČNB)
- dohledu v pojišťovnictví podléhají pojišťovny a zajišťovny, které na území ČR provozují pojišťovací nebo zajišťovací činnost, a právnické a fyzické osoby, které na tomto území vykonávají pro pojišťovnu nebo zajišťovnu...

##### Pojistník

- FO nebo PO, která uzavírá pojistnou smlouvu s pojistitelem
- má právo jednat s pojistitelem o právech a povinnostech v pojistné smlouvě

##### Pojistitel

- PO, která má oprávněná poskytovat pojištění (pojišťovna)
- pojistnou smlouvou přejímá závazek, že v rámci pojistných podmínek nahradí škodu způsobenou na pojišťovaném objektu

##### Pojištěný (pojištěnec)

- osoba, za jejíž majetek, odpovědnost za škodu, život a zdraví je pojištění sjednáno
- v případě pojistné události získává pojistné plnění

##### Oprávněná osoba (obmyšlená)

- subjekt, který má právo na pojistné plnění (př. životní pojistka vyplacená pozůstalým)
- osoba uvedená v pojistné smlouvě, je oprávněná

##### Pojistná událost

= skutečnost, kdy nastává povinnost pojišťovny vyplatit pojistnou částku

##### Pojistné

- = peněžní částka placena klientovi
- = částka, kterou platí pojištěný za poskytnutí pojistné ochrany
- stanoví se podle sazeb

##### Pojistná doba

= časové období, na které se pojištění sjednává

##### Pojistné plnění

= částka, kterou vyplatí pojistitel v případě pojistné události



**Pojistná náhrada**

= plnění pojistné smlouvy

- částku, kterou pojišťovna vyplátí z pojistného fondu pojištěnému jako náhradu za škody vzniklé pojistnou událostí

**Pojistná smlouva**

= je dvoustranný právní úkon mezi pojistníkem a pojistitelem o poskytnutí pojistné ochrany

- pojistitel se zavazuje vyplatit smlouvenou částku, dojde-li k pojistné události
- pojistník se zavazuje platit dohodnuté pojistné
- pojistník s pojišťovnou uzavírá pojistnou smlouvu
- uzavření pojistné smlouvy
  - počátek pojištění
  - výše pojistného
  - věc, které se pojistné vztahuje
- lze sjednat i přes internet
- **složena:** a) všeobecné pojistné podmínky – na co se pojištění vztahuje, kdy vzniká  
b) specifické podmínky – týkají se konkrétního druhu pojištění

**7. POJISTNÉ RIZIKO**

= určitá míra pravděpodobnosti vzniku pojistné události

- pojistné riziko představuje jedna událost či více událostí, ke kterým může, ale také vůbec nemusí dojít
- způsob ochrany nabízí pojištění

= souhrn rizik, který je kryt příslušným pojištěním tak, jak jej převzala konkrétní pojišťovna

- je vymezen rámcem pojistného práva, má uvedenou časovou platnost (pojistnou dobu) a místní vymezení
- pojištění sice nedokáže pojistné riziko odvrátit a zabránit tak vzniku pojistné události a jejím následkům, ale pojištěnému pomůže lépe zvládnout následky po finanční stránce
- pojištění pojistných rizik může například uhradit zaviněné škody, opravu, léčbu nebo poskytnout finanční prostředky na překlenutí určitého životního období

**Příklady pojistných rizik u pojištění vozidel:**

- nehoda
- vandalismus
- krádež
- živelné události (povodeň, požár, pád stromu či stožáru, vichřice, krupobití a další)

**Příklady pojistných rizik u pojištění domácnosti či nemovitosti:**

- živelné události
- odpovědnost (vytopení sousedova bytu)
- krádež

**Příklady pojistných rizik u cestovního pojištění:**

- nemoc
- úraz
- krádež, zničení či poškození zavazadel
- zrušení dovolené z vážných důvodů

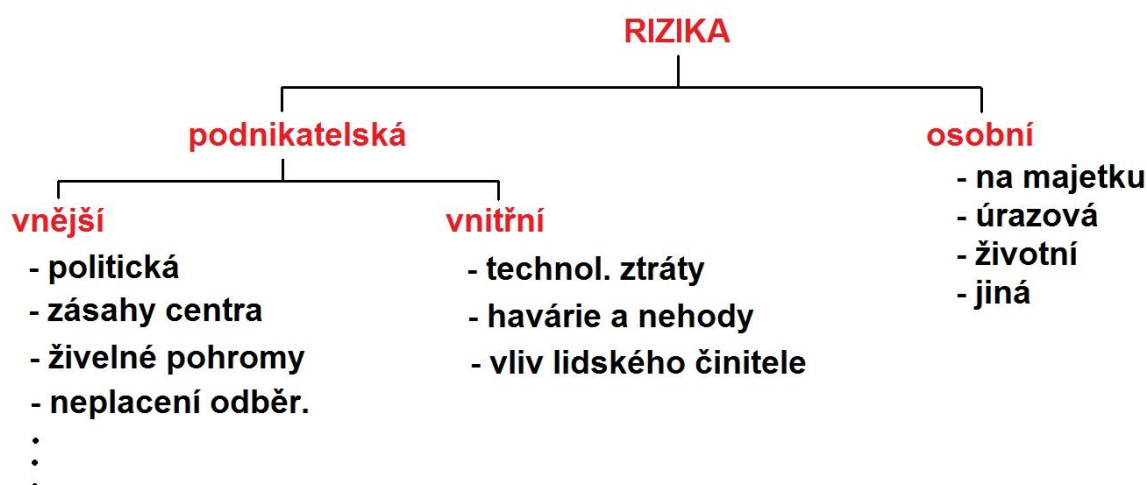
**Příklady pojistných rizik u životního pojištění:**

- trvalé následky úrazu či nemoci
- smrt následkem úrazu či nemoci

## Riziko

- souvisí s nejednoznačností průběhu ekonomických nebo jiných procesů, a hlavně nejednoznačností jejich výsledků představuje nebezpečí negativní odchylky od stanoveného cíle nebo nebezpečí ztrát chybného rozhodnutí apod. riziko v této oblasti je jiné než ve sportu, v hazardních hrách, tam jde o riziko spekulativní

= nejistota, která se dá měřit (počtem pravděpodobností) na rozdíl od tzv. pravé nejistoty, která není měřitelná



## Míra pojistného rizika - co ji ovlivňuje:

- u pojistného rizika je třeba vedle konkrétního rizika rozlišovat také míru pravděpodobnosti vzniku, která může být značně odlišná
- míra rizika má zásadní vliv na cenu pojištění
- čím je riziko vzniku pojistné události vyšší, tím je pojištění dražší

**Názorný příklad:** U vozidla parkovaného volně na ulici hrozí krádež, vandalismus i celá řada živelných událostí. Mnohem lépe je chráněno garážované vozidlo, a to jak před zloději a vandaly, tak i před mnohými živelnými událostmi. Pojištěný si tak může zvolit jen reálně hrozící rizika.

## Řízení rizika

1. fáze - zkoumání rizik a jejich odhad
2. fáze - usměrňování rizik
3. fáze - financování rizika a kontrola
  - vlastní zdroje (samopojištění)
  - úvěr
  - pojištění (peněžní rezervy)

## 8. ZPŮSOB UZAVŘENÍ POJISTNÉ SMLOUVY

- Osobně na pobočce pojišťovny
- Prostřednictvím pojišťovacího zprostředkovatele
- On-line prostřednictvím internetu
- Po telefonu (pouze u některých produktů)
- Prostřednictvím dalších prodejních kanálů (cestovní kanceláře, pošta, realitní makléři)

## 9. VZNIK POJIŠTĚNÍ

- pojištění vzniká za podmínek stanovených v pojistné smlouvě
- uzavření pojistné smlouvy vzniká k datu kdy je pojistná smlouva podepsána
- počátek pojištění je doba, od níž vznikají práva a povinnosti z pojištění, ten je přesně stanoven v pojistné smlouvě

## 10. ZÁNİK POJIŠTĚNÍ

### **1. Uplynutím pojistné doby:**

- v pojistné smlouvě lze také specifikovat podmínky, za kterých pojištění uplynutím doby nezaniká (např. pokud pojistitel nebo pojistník nejméně 6 týdnů před uplynutím doby nesdělí druhé straně, že na dalším trvání pojištění nemá zájem)

### **2. Nezaplacením pojistného:**

- pojištění zaniká marným uplynutím lhůty, která je stanovena pojistitelem v upomínce k zaplacení pojistného nebo jeho části
- tato lhůta nesmí být kratší než 1 měsíc
- upomínka však musí obsahovat upozornění na zánik pojištění v případě nezaplacení dlužného pojistného

### **3. Dohodou:**

- v dohodě musí být vždy určen způsob vyrovnání závazků
- pokud si strany neujednají okamžik zániku pojištění, toto pojištění zanikne dnem, kdy dohoda nabyde účinnosti

### **4. Výpovědí**

### **5. Odstoupením:**

- pokud pojistník nebo pojištěný zodpověděl úmyslně nebo z nedbalosti nepravdivě nebo neúplně písemné dotazy pojistitele týkající se skutečností, které mají význam pro pojistitelovo rozhodnutí, jak ohodnotí pojistné riziko, zda ho pojistí a za jakých podmínek, má pojistitel právo odstoupit od smlouvy do 2 měsíců ode dne, kdy tuto skutečnost zjistil, jinak právo zaniká
- toto právo může pojistitel uplatnit, jen pokud prokáže, že by po pravdivém a úplném zodpovězení dotazů smlouvu neuzavřel

### **6. Změna vlastnictví pojištěného majetku:**

- pojištění zaniká dnem, kdy byla změna vlastnictví nebo spoluvlastnictví pojištěného majetku oznámena pojistiteli, nebylo-li ve smlouvě výslovně ujednáno jinak

### **7. Neprokázání souhlasu:**

- pojištěného nebo jeho zákonného zástupce s pojištěním v případech, kdy se souhlas vyžaduje: pojištění zaniká uplynutím ujednané doby, jinak 3 měsíců od uzavření smlouvy

### **8. Jiné důvody:**

- zánikem pojistného zájmu, zánikem pojistného nebezpečí, nebo zánikem pojištěné právnické osoby bez právního nástupce, dnem odmítnutí pojistného plnění atd

## 18 ÚVĚROVÁ ČINNOST BANK

### 1. ÚVĚR Z POHLEDU BANKY A KLIENTA

- úvěr = půjčka
- návratná forma financování
- věřitel poskytne dlužníkovi peněžní obnos, dlužník se zavazuje že částku splatí i s úrokem určeného termínu
- věřitel (banka) má pohledávku vůči dlužníkovi (klientovi), klient má závazek vůči bance
- **Dvě základní funkce:**
  - a) Návratnost – věřiteli se vrátí všechny vypůjčené peněžní prostředky, schopnost dlužníka splatit úvěr ve sjednané lhůtě
  - b) Výnosnost – vrátí se mu více peněžních prostředků v podobě úroků
- pro banku je úrok výnos, pro klienta náklad

### 2. ČLENĚNÍ ÚVĚRŮ

#### **Podle doby splatnosti:**

- krátkodobé (do 1 roku),
- střednědobé (1-4 roky)
- dlouhodobé (déle než 4 roky)

#### **Podle účelu:**

- účelové: na konkrétní potřebu (například na stavbu domu – hypotéka)
- neúčelové: při poskytnutí úvěru klient nesděluje účel (bez důvodu, např. hotovostní půjčky)

#### **Podle způsobu poskytnutí:**

- přímé
- nepřímé

#### **Podle formy poskytnutí:**

- jednorázově
- opakovaně
- kontokorent

#### **Podle měny:**

- korunové
- devizové

podle subjektu, kterému je úvěr poskytován: - pro podnikatelské účely

– **nejčastějšími úvěry bývají:** - úvěr na zásoby

- na pořízení zásob
- na pohledávky za odběrateli
- v případě, že podnik má krátkodobě nedostatek prostředků, který bude vyrovnán úhradou pohledávek
- úvěr na pokrytí sezónního výkyvu v nákladech
- sezónní nákup materiálu – např. v konzervárnách, cukrovaru ... -
- úvěr na investice
- na pořízení dlouhodobého majetku

- úvěrové výpomoci – v případě, že podnik nemá přechodně dostatek prostředků na platby dodavatelům, zaměstnancům

#### **Eskontní úvěr**

- vzniká odkoupením směnky od klienta bankou před dobou její splatnosti. Na směnečnou částku sníženou o diskont poskytne banka klientovi eskont. úvěr. Pokud dlužník směnku nezaplatí, musí klient úvěr bance splatit. Se směnkami souvisí též akceptační úvěr – banka klientovu směnku tzv. akceptuje, tj. stává se hlavním dlužníkem.

**Lombardní úvěr**

- jde o úvěr, který je zajištěn movitou věcí, má přesně stanovenou částku a dobu splacení. Nejčastější zástavou bývají cenné papíry, zboží nebo pohledávky, drahé kovy, šperky ... Hypoteční úvěr – slouží ke koupi nemovitosti, na výstavbu nemovitostí, její modernizaci, nebo rekonstrukci, která se stává zástavou. Je poskytován až do výše tržní ceny nemovitosti. Je velmi dobře jistěn nově vznikající nemovitostí, nebo nemovitostí již existující. Jde o úvěr dlouhodobý (20 a více let).

**3. ÚVĚROVÁ ANALÝZA KLIENTA**

- Banka zkoumá informace o klientovi a jeho žádosti
- Aby se banka vyhnula rizikům při poskytování úvěrů, hodnotí:
  - bonitu klienta (schopnost dostát finančním závazkům)
  - podnikatelský záměr – na co si klient půjčuje, jestli jeho podnikání má budoucnost
  - likviditu – schopnost měnit majetek na peníze
  - podnikatelský plán – situace podnik, zajištěnost
  - u FO doklady o příjmech, u PO účetní výkazy
  - finanční a nefinanční ukazatele – celková likvidita, kapitálová struktura, finanční zadluženost, rentabilita tržeb, obor podnikání, postavení na trhu, konkurence atd...

**4. 6C ÚVĚROVÉ ANALÝZY**

Charakter – **serióznost** klienta, hodnocení jiných bank a dodavatelů

Can we – **máme dost peněžních prostředků** abychom mohli půjčit

Capacity – **kolik máme peněžních prostředků** a kolika klientům můžeme půjčit

Capital - **kapitál klienta**, jestli má dost peněžních prostředků aby splácel

Collateral - **jištění** úvěrů

Condition – **podmínky** banky a klienta

**5. JISTĚNÍ ÚVĚRŮ**

- Jistota věřitele, že když dlužník nebude splácet, má pojištěné, že se mu aspoň nějaká část peněz vrátí (například exekucí dlužníkovo majetku, zástavou)

**Způsoby jistění:**

- nemovitostí (pozemek, stavba),
- movitostí (auto),
- FO ručitel (schopnost zajistit zaplacení v případě nesplacení),
- Vinkulace vkladu (klient ručí částkou, kterou má naspořenou na svém spořicímu účtu nebo termínovaném vkladu)

**6. VÝPOČET ÚROKŮ****- Jednoduchý úrok**

$$\text{Úrok} = \frac{\text{jistina} * \text{sazba} * \text{čas}}{100 * 360}$$

**- Složený úrok**

Konečná jistina = Počáteční jistina \*  $(1 + \text{úroková sazba}/100)^{\text{Počet období}}$

Výpočet ukazatele finanční analýzy

## 19 FINANČNÍ PRÁVO A DAŇOVÁ SOUSTAVA

### 1. FINANČNÍ PRÁVO

=souhrn právních norem, které obsahují finanční vztahy

- získávání, shromažďování, rozdělování a upotřebení peněžních prostředků, pokud se toho účastní stát nebo státní orgány



#### **Fiskální část finančního práva:**

- tok peněz
- realizace fiskální politiky státu
- tvorba, rozdělování, užití veřejných peněžních fondů
- systém veřejných peněžních fondů
- regulace příjmů
- regulace výdajů

#### **Nefiskální část finančního práva:**

- peněžní jednotka a systém peněžní jednotky
- dozor/dohled nad finančními činnostmi
- kvantita toku peněz - sekundární

#### **Prameny:**

##### **a) získávání a shromažďování peněžních prostředků**

- daňové zákony
- zákon o správě daní a poplatků
- zákon o soudních, správních a místních poplatcích
- celní zákon a celní sazebník
- zákon o pojistném na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti
- zákon o státním rozpočtu (část o příjmech)

##### **b) upotřebení peněžních prostředků**

- zákon o státním rozpočtu (části o výdajích)

- právní normy upravující rozpočty krajů a obcí
- rozpočtová pravidla

**Daňový řád** = zákon, jímž je upraven postup správců daní, práva a povinnosti daňových subjektů a třetích osob, které jim vznikají v daňovém řízení při správě daní.

## 2. ZÁKLADNÍ POJMY

**Předmět daně** = majetek, příjem, ze kterého se určuje daň

**Daňová sazba** = procento daně, jaké % se bude odvádět z daňového základu

**Daňový základ** = většinou v penězích vyjádřená hodnota, ze které se počítá – daň

**Jednotková daň** – daň, která není určena procentem, ale přímo peněž. sazbou, která je určena na jednotku produkce

**Spotřební a silniční daň** – zde je daňový základ určen naturálně

**Zdaňovací období**

- rozhodné období, časový úsek, za který se počítá příslušná daň
- základním zdaňovacím obdobím je 1 kalendářní rok – pro některé poplatníky se může změnit

**Daňová povinnost** = činnost, která je povinná, určuje buď daň nebo plátce nebo daňového poplatníka

**Příslušenství daně** = dodatečné zvýšení či snížení daně

**Pokuty a penále, které souvisí s daní** – mají vést člověka ke vzorovému chování

**Splatnost daně** = termín, do kterého se musí daň zaplatit

**Daňový dlužník** = každý, kdo má podle zákona platit daň a tuto povinnost nesplnil

**Daňový nedoplatek** = dlužná částka, to co ještě chybí zaplatit

- částka, která v den splatnosti nebyla uhrazena

**Daňový odpočet = záporná daň**

- situace, kdy FÚ by měl člověku peníze vrátit; např. když na zálohách zaplatíme více, než bychom měli

## 2. CÍLE A PRINCIPY DAŇOVÉ SOUSTAVY

1. musí se přizpůsobit daňovým soustavám států EU
2. musí působit na všechny subjekty, bez ohledu na vlastnictví a na formu podnikání
3. musí působit univerzálně s co nejmenším počtem výjimek u daňových pravidel
4. výše daní musí být v souladu s možnostmi poplatníků daní
5. musí zajistit srozumitelnost daňové soustavy pro daňové poplatníky
6. musí zajistit dobrou vymahatelnost od daňových dlužníků

**Funkce daní**

### **1. fiskální funkce**

= primární funkce daní, mají schopnost naplnit státní rozpočet

### **2. alokační funkce**

- prostřednictvím daní se můžou dát prostředky tam, kde si stát myslí, že je to potřeba
- část vytvořených zdrojů je užívána pro produkci veřejných statků, které jsou poskytovány buď zcela zdarma nebo za ceny nižší, než jsou vynaložené náklady na jejich produkci

### 3. redistribuční funkce

- daně jsou vhodným nástrojem pro zmírnění rozdílů v důchodech jednotlivých subjektů tím, že se ve větší míře vybírají od bohatších, což umožňuje státu prostřednictvím transferů zvyšovat příjmy chudším
- vychází se ze základu daně - jestliže roste základ daně pomaleji než daň – progresivní daň
- opakem je pak daň regresivní.

### 4. stimulační funkce

- stát subjektům poskytuje různé formy daňových úspor anebo naopak je vystavuje vyššímu zdanění, aby podpořil ekonomický růst nebo je motivoval ke spotřebě určitých statků
- např. snižuje podnikatelské riziko tím, že subjektům umožňuje o ztrátu z podnikání v následujících letech snížit základ daně z příjmů nebo existují tzv. „daňové prázdniny“ – forma snížení daně konkrétní osobě za předpokladu, že splní určité podmínky (objem investic, nové technologie, tvorba pracovních míst, ...).
- existují i také negativní stimulační, které mají plátce odradit např. vysoké zdanění alkoholu a cigaret

### 5. stabilizační funkce

- zdroje získané prostřednictvím daní mohou být použity pro řešení rozdílů, nestability v tržním mechanismu
- prostřednictvím této funkce mohou daně přispívat např. ke zmírňování cyklických výkyvů v ekonomice
- daně dělají rezervu na horší časy
- pomáhají ekonomiku nastartovat
- stabilizování výkyvů ekonomie

### Principy tvorby daní

- **Princip právní perfektnosti** (přesná právní úprava)
- **Princip daňové spravedlnosti** (subjekt s vyšším příjmem by měl přispívat více než subjekt s nižším příjmem)
- **Princip daňové efektivnosti** (požaduje, aby ztráta daňového subjektu byla co nejméně nad to, kolik ona daň vynáší veřejnému rozpočtu, náklady na výběr daně by neměly být vyšší než daň samotná)
- **Princip správného působení na chování eko subjektů**
- **Princip srozumitelnosti daňové soustavy**

### Principy daňové soustavy

#### Daňová neutralita

= daně by neměly nikoho ovlivňovat (aby určitá oblast podnikání nebyla daňově zvýhodněna)

#### Daňová výnosnost

= daně musí být stanoveny tak velké, aby stačily na potřeby státu

#### Daňová pružnost

= daně by neměly být stále stejné, způsoby fungování daňové soustavy by se měly měnit v souvislosti se změnou ekonomiky

#### Daňová spravovatelnost

= daně musí být dobře vymyšleny – systém FÚ, který zjistí velikost daně, vymáhání daně

#### Daňová univerzalita

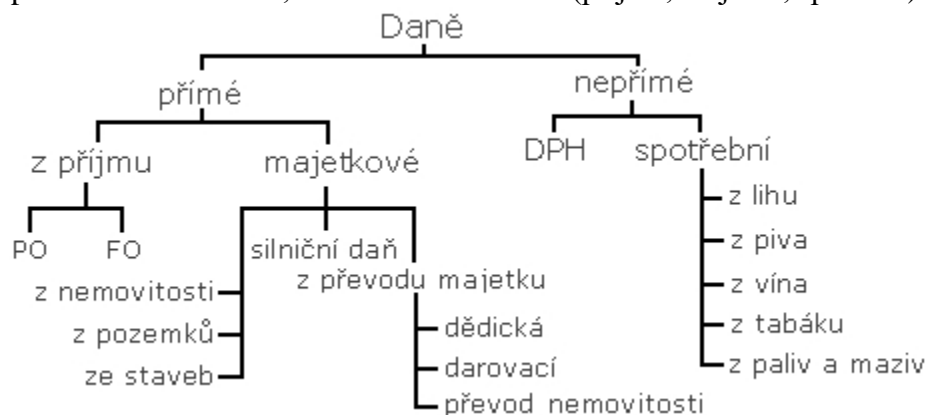
= všeobecná platnost, jednotnost daní, co nejméně výjimek



### 3. POJEM “DAŇ“, PŘEDMĚT ZDANĚNÍ

= je povinná, nenávratná, neúčelová, neekvivalentní, zákonem určená platba do veřejného rozpočtu

- povinnost platit daň je stanovena zákonem nebo právní normou
- předmět zdanění = to, z čeho se daň ukládá (příjem, majetek, spotřeba)



viz otázka 20

### 4. VÝŠE DANĚ, ZPŮSOBY VYJÁDŘENÍ

#### **Způsoby vyjádření**

- absolutní vyjádření – v Kč/MJ (spotřební a silniční daň)
- relativní vyjádření – v %

#### **Výše daně:**

- progresivní – roste rychleji než daňový základ
- lineární – daň roste jako daňový základ
- roste pomaleji než základ

### 5. POPLATNÍK, PLÁTCE

#### **Plátce**

= osoba, která daň odvádí FÚ

- Vybírá ji v ceně zboží nebo služby (prodávající, výrobce)

#### **Poplatník**

= osoba, kterou daň zatěžuje

- Osoba, která daň skutečně platí (kupující, spotřebitel)
- někdy může být ta samá osoba plátce i poplatník

viz. otázka 20

### 5. DAŇOVÁ PŘIZNÁNÍ

#### **Daňové přiznání**

= akt FO či PO vůči státu, kdy občan přiznává příjmy podléhající dani vyměřené státem a kde vyčíslí daň a případně ji porovná se zaplacenými zálohami

- řádné (v termínu)
- opravné (v termínu, ale opravuje chyby)
- dodatečné (po termínu, penále)

### 6. ZPŮSOBY PLACENÍ DANÍ, ZAMEZENÍ DVOJÍHO ZDANĚNÍ

= daň se platí na základě podání daňového přiznání, podané za určité zdaňovací období (rok, měsíc, čtvrtletí)

- daňová povinnost se zjistí při podání daňového přiznání

- nedoplatek se zaplatí v termínu pro placení daní
- pokud vznikne přeplatek, je možno požádat o jeho vrácení, či ho ponechat jako zálohu pro příští období
- lze podat osobně nebo elektronicky
- platí se daň splátkově, srážkou ze mzdy nebo zálohově, pokud vznikne daňová povinnost

### **Dvojí zdanění:**

- situace, kdy se stejný předmět daně podrobuje dvojnásobnému či vícenásobnému zdanění stejnou daní nebo daní podobné povahy

#### **- vnitrostátní:**

- ke vnitrostátnímu dvojímu zdanění dochází zejména uvnitř jednoho státu v rámci jeho daňových předpisů
- příkladem může být zdanění zisku právnické osoby a následně i podílu na zisku (dividendy) vyplácené z již zdaněného zisku
- i když daňové subjekty jsou rozdílné, z ekonomického hlediska se jedná o opakované zdanění téže částky

#### **- mezinárodní:**

- vzniká tehdy, jestliže lze tentýž příjem (popř. majetek) zdanit ve dvou státech, a to jak ve státě, v němž má příjem svůj zdroj (stát zdroje), tak i ve státě, kde má daňový domicil příjemce daného příjmu (stát příjemce)

## 6. SPRÁVCE DANĚ A JEHO ÚKOLY

- **finanční úřad** - spravuje veškeré daně s výjimkou spotřebních
- **celní úřad** - spravuje spotřební daně, v případě dovozu vybírá clo

- Úkoly:**
- kontroluje zda se daň zaplatila včas, ve správné částce, správně
  - zda nejsou daňové úniky
  - kontroluje vše ohledně daní
  - který kontroluje správnost výpočtu a odvádění daní a daň vymáhá

## 7. DAŇOVÉ ÚNIKY

= situace, kdy se daňový poplatník částečně nebo zcela vyhýbá placení daně. Může tak vzniknout daňový únik legální nebo nelegální

### **Legální:**

- uplatnění slev, odpočitatelných položek, uplatnění ztráty z minulých let, odpisy, společné zdanění manželů, možnost uplatnění výdajů paušálem nebo procentem z příjmu, rezervy, opravné položky

### **Nelegální:**

- nelegálního daňového úniku se poplatník dopouští, když při výpočtu nebo platbě daňové povinnosti porušuje zákon, např. nepřiznáním příjmů nebo majetku, nadhodnocuje náklady nebo výdaje, vystavuje fiktivní doklady, do nákladů zahrnuje náklady daňově neuznatelné, skrytým převodem zisku mezi mateřskou a dceřinou společností
- může jít o nelegální daňový únik neúmyslný, tzn. poplatník porušil zákon z nevědomosti (nebyl dobře informován, zákon není srozumitelně vysvětlen)
- nebo o nelegální daňový únik úmyslný, kdy poplatník vědomě porušuje zákon a platí menší nebo žádnou daňovou povinnost

- rozsah úmyslného daňového úniku bývá mnohem větší než rozsah daňových úniků neúmyslných

#### 8. VÝPOČET PENÁLE Z PRODLENÍ DANĚ

= součin dlužné částky a sazby úroku z prodlení vynásobený počtem dnů prodlení a vydělený počtem dní v roce

## 20 DAŇOVÁ SOUSTAVA ČR

- stát potřebuje vybrat co nejvíce peněz, aby mohl rozvíjet své aktivity
- občané a firmy chtějí naopak odvádět co nejméně daní
- řada daní je svázána a mezinárodním obchodem a pohybem kapitálu, zde jsou tlaky zase na stát, aby sjednotil své daně a se zeměmi podepsal dohody o zamezení dvojího zdanění
- stát musí respektovat sociální únosnost daní (systém úlev, výjimek)

### 1. DAŇOVÁ SOUSTAVA

= provázaný systém, který je sestavený s cílem zabezpečit příjmy do veřejného rozpočtu

- souvisí s existencí státního rozpočtu – daně jsou peníze, které tvoří podstatnou část příjmů státního rozpočtu – přerozdělují se a dávají na ta místa, kde je jich potřeba

- daňová soustava je tvořena:**
1. soustavou předpisů (druhy daní)
  2. soustavou subjektů, které se podílejí na vybírání, kontrolování daní = správci daně = FÚ

#### Principy daňové soustavy:

1. daňová neutralita
  - daně by neměly nikoho ovlivňovat (aby určitá oblast podnikání nebyla daňově zvýhodněna)
  - není 100% - výjimky ti co pracují ekologicky
2. daňová výnosnost
  - daně musí být stanovené tak velké, aby stačily na potřeby státu
3. daňová pružnost
  - daně by neměly být stále stejné
  - způsoby, jak funguje daňová soustava by se měly měnit v souvislosti se změnou ekonomiky
4. daňová spravovatelnost
  - daně musí být dobře vymyšleny – systém FÚ, který zjistí velikost daně, vymáhání daně
5. daňová univerzalita
  - všeobecná platnost, jednotnost daní, co nejméně výjimek

### 2. DAŇ

= zákonem stanovená, zpravidla opakující se platba fyzických a právnických osob do státního rozpočtu

- povinná a nenávratná platba
- přispíváme na hrazení nevýdělečných služeb (zdravotnictví, doprava, kultura, školství)
- nejdůležitější příjem do SR
- nepřímý nástroj řízení

#### Charakteristika:

- a) **Neekvivalentnost** – není nárok na konkrétní finanční plnění
- b) **Nenávratnost** – nelze ji požadovat zpět
- c) **Neúčelovost** – plátce daně nemůže ovlivnit, na co bude daň použita

### 3. ROZDĚLENÍ DANÍ:

- a) přímé daně** – majetkové – silniční daň
- dědická daň
  - darovací daň
  - daň z nemovitostí
  - daň z převodu nemovitostí

#### PŘEDMĚT DANĚ = OBJEKT ZDANĚNÍ

Udává, co se zdaňuje

Zdaňujeme:

1. **PŘÍJMY** – daň z příjmů FO, PO
2. **MAJETEK** – daň z nemovitých věcí
3. **SPOTŘEBU** – spotřebujeme-li výrobek součástí ceny je i daň

Např. alkoholické nápoje (daň z piva, z vína)

- důchodové – daň z příjmů FO
- daň z příjmů PO
- srážková daň

#### b) nepřímé daně – DPH

- spotřební daň
- ekologická daň

**Spotřební daně:**

- minerální oleje
- tabákové výrobky
- pivo a víno
- líh a lihoviny

### 4. ZÁKLADNÍ POJMY V OBLASTI DANÍ

1. **Předmět daně** – udává, z čeho se daň vybírá
  - některé příjmy jsou sice předmětem daně, ale stát je od daně osvobodí, takže daň se z nich rovněž nevybírá
2. **Základ daně** – částka, z níž se vychází při výpočtech daně
  - od základu daně je povoleno odečítat určité položky, čímž vznikne upravený základ daně
  - daň se vypočítává až z upraveného základu daně
3. **Sazba daně** – udává, kolik procent z upraveného základu bude daň činit
4. **Slevy na dani** – z vypočtené daně je možné poskytnout slevy
  - odlišuje se snížení daně a daňové zvýhodnění

### 5. PLACENÍ DANÍ

- daňové přiznání podávají podnikatelé do 3 měsíců od konce zdaňovacího období (31. 3.) s daňovým poradcem do 31. 6., nebo ukončení podnikatelské činnosti
- Placení se provádí na základě podání **daňového přiznání**, to se podává za **zdaňovací období** (roční, čtvrtletní, měsíční).
- Pro každou z daní jsou stanoveny **termíny** pro jeho předložení. Přiznání podané v tomto termínu se nazývá **řádné**.
- Chybu můžeme zjistit až **po termínu**. Pak se **podává další přiznání**, které neruší předchozí, jen ho **doplňuje**. Toto přiznání se nazývá **dodatečné**.
- V něm vyplňujeme jen ty kolonky, které byly **nesprávné**.

### 6. FUNKCE DAŇOVÉ SOUSTAVY

#### 1. Rozpočtová (fiskální)

Příjem státního rozpočtu

#### 2. Regulační

Pro spotřební daň  
Stát pomocí daní reguluje (ovlivňuje) výrobu a spotřebu vybraných výrobků  
Cigarety, alkohol

#### 3. Stimulační

Stát sníží daň, aby podporoval určité oblasti ekonomiky  
Daňové prázdniny, zahraniční investoři

#### 4. Sociální

Stát při určování výše daní zohledňuje sociální situaci osob, počet dětí, zdravotní stav...

#### ZDAŇOVACÍ OBDOBÍ

Pravidelný časový interval, za který nebo na který se základ daně stanoví a vybírá

Rok, čtvrtletí, měsíc

## 7. FUNKCE DANÍ

### **1. Fiskální funkce**

Přináší dostatečné příjmy od SR k financování sociální politiky, zdravotnictví, vzdělání a provozu státu

### **2. Alokační funkce**

Ovlivňuje, jaké prostředky budou mít občané a firmy k dispozici

např.: podpora spoření na stáří daňovou úlevou

### **3. Redistribuční funkce**

Větší míra výběru u bohatých, prostředky se používají pro chudší obyvatele (např. sociální dávky)

### **4. Stimulační funkce**

Stát pomocí této funkce:

- a) Podporuje ekonomický růst – např. daňové prázdniny, snížení daňové povinnosti v případě ztráty
- b) Odrazuje od spotřeby nežádoucích produktů – např. cigarety

### **5. Stabilizační funkce**

Ekonomická krize – snížení daní

## 8. DAŇOVÉ POJMY

- **Daň** = povinná zákonem stanovená platba do státního rozpočtu
- **Poplatník** = osoba, která daň platí
- **Plátce** = osoba, která daně odvádí (u přímých daní 1 osoba, u nepřímých jsou osoby různé)
- **Správce daně** = správní orgán (finanční úřad)
- **Základ daně** = částka, z které se daň počítá (cena nemovitosti, HV, příjmy, cena zboží)
- **Sazba daně** = určuje výši příslušné daně v % (21 %; 15 % -DPH, srážková daň; 19 %; 4 %; u některých daní je sazba množstevní – spotřební daň)
- **Zdaňovací období** = období, za které je daň vyměřena (roční, čtvrtletní, měsíční)
- **Daňové přiznání** = stanovený dokument, kde se uvádí výpočet daně a předkládá se správci daně (FÚ) ve stanovené lhůtě
- Druhy daňového přiznání:**
  - a) Řádné – podali ve stanovené lhůtě
  - b) Opravné – v případě, kdy jsme udělali v řádném chybu a stihne se do stanoveného termínu
  - c) Dodatečné – v případě, kdy je v řádném chyba a nestihli jsme termín
- Subjekt** = osoba, na kterou je uvalena daň a která daň platí – poplatník
- Objekt** = předmět zdanění (nemovitost, mzdy, HV, zboží, ...)

## 9. DAŇ Z PŘÍJMŮ FYZICKÝCH OSOB (FO)

Upravena zákonem o daních z příjmů

- typ přímé daně
- zdaňovací období: kalendářní nebo hospodářský rok
- sazba daně: 15 %
- daň je určena % ze souhrnu všech příjmů za celý rok

**Subjekt daně:** poplatník

- všechny FO s trvalým bydlištěm v ČR – i příjmy z domova i ze zahraničí
- cizí státní příslušníci platí jen z příjmů, které vydělávají v naší republice

**Objekt daně z příjmu FO**

- Příjmy (některé příjmy jsou osvobozené: Nemocenská, Důchody, Sociální dávky...)

## **Zdaňované příjmy**

1. Příjmy ze závislé činnosti (Mzdy, platy)
  2. Příjmy ze samostatné činnosti (živnostenské podnikání)
  3. Příjmy z kapitálového majetku (dividendy, úroky)
  4. Příjmy z pronájmu
  5. Ostatní příjmy, mimořádné příjmy (příležitostný prodej, krátkodobý pronájem)
- Musí přesáhnout 30 000,- jinak se nemusí uvádět

## **10. DAŇ Z PŘÍJMŮ PRÁVNICKÝCH OSOB (PO)**

- předmětem jsou výnosy z veškerých činností a nakládání s majetkem

**Sazba daně:** 19 %

**Zdaňovací období:** kalendářní nebo hospodářský rok

**Poplatník:** podnikatelský subjekt (založen za účelem podnikání a podléhá dani z příjmu, veškeré příjmy z činnosti a z nakládání s majetkem)

**Subjekt daně** = poplatník – právnické osoby (obchodní korporace)

**Objekt daně** = příjmy PO z její činnosti a z nakládání s majetkem

## **11. DPH**

- nejdůležitější daň pro státní rozpočet (nejvyšší příjmy)
- daň univerzální (uvalena na všechny statky a služby)
- neovlivňuje hospodaření podniku
- nevstupuje ani do nákladů, ani do výnosů
- správce daně je FÚ

**Sazby:** 21 % (základní)

15 % (první snížená) – potraviny, květiny, restaurační a ubytovací služby

10 % (druhá snížená) – léky, kojenecká výživa, knihy

## **Plátcí DPH**

Osoby vykonávající ekonomickou činnost

**a) Povinní** – obrat přesáhne 1 000 000 Kč za dané období (12 po sobě nepřetržitě jdoucích kalendářních měsíců)

- po zaregistrování získají DIČ

**b) Dobrovolní** - je to pro ně ekonomicky výhodné

## **Povinnosti plátců DPH:**

- Vypočítat daň a zahrnout ji do ceny zboží
- Vést evidenci o DPH
- Podávat daňová přiznání v termínu
- Vystavovat daňové doklady – účtenka, faktura
- Podávat kontrolní hlášení

**Zdaňovací období** – 1 měsíc, po uplynutí 2 let možnost za určitých podmínek o kalendářní čtvrtletí

**Předmět DPH** = Zdanitelná plnění – dodání zboží, poskytnutí služby, dovoz zboží

Osvobození od DPH -Vývoz do 3.zemí, Některé služby – vzdělávání, sociální služby, poštovní služby, finanční služby

## **Výpočet**

DPH VSTUP – DPH VÝSTUP

a) VÝSTUP VĚTŠÍ – daňová povinnost

b) VSTUP VĚTŠÍ – nadměrný odpočet

## 21 HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA STÁTU

### 1. POJEM HOSPODÁŘSKÁ POLITIKA

=Soubor cílů nástrojů rozhodnutí a opatření státu v makroekonomické oblasti a z části i v mikroekonomické

= záměrné zasahování státu do ekonomiky za účelem dosažení určitých předem stanovených cílů.

Cíle HP určuje vláda ve svém vlastním programu

**Hospodářská politika má dva základní typy:**

- fiskální politika
- monetární politika

**Typy:**

**1. Kontroverzní** – požaduje volnou ruku pro trh, hlavním cílem je nová stabilita, hlavním nástrojem je monetární politika

**2. Keynesiánský** – hlavním cílem je snižovat nezaměstnanost

Hlavní nástroj fiskální politika

Stát ovlivňuje denní v ekonomice

**3. neokesiánský** – kombinuje předchozí 2 typy

### 2. CÍLE HOSPODÁŘSKÉ POLITIKY

**Obecné**

harmonickou a stabilní ekonomikou

sociální bezpečnost (sociální a nemocenské dávky, přerozdělování důchodů)

státní bezpečnost a jistinu (armáda, policie, plnění a dodržování zákonů)

**Všelidové**

ekonomický růst

růst HDP

nízká inflace a nezaměstnanost

export

zahraniční obchod

balance

- EKONOMICKÉ – udržení dostačujícího stabilního tempa

- SOCIÁLNÍ – snížit nezaměstnanost, zvýšit reálné příjmy obyvatelstva

- EKOLOGICKÉ – snižování emisí do ovzduší

### 3. SUBJEKTY HOSPODÁŘSKÉ POLITIKY

**1. Parlament**

- dělí se na 2 komory

- horní (poslanecká sněmovna, 200 poslanců),

- dolní (senát, 81 senátorů)

- Schvaluje návrh SR, ten se stanovuje každý rok, odhaduje, kolik vybere na daních od obyvatelstva a firem a co budou dále financovat

**2. Vláda**

- nejvyšší výkonný orgán

- základním tvůrcem aktuální hospodářské politiky

- navrhuje a vytváří zákony, které poté schvaluje – parlament (např.: SR)

**3. ČNB**

- centrální banka, banka bank

- v. čele guvernér



- nestátní organizace, provádí monetární politiku, reguluje množství peněz v oběhu, tak aby nedocházelo k jejich znehodnocení
- ovlivňuje činnost bank, koriguje a dohlíží na ně
- řídí bankovní trh, bez rozhodovacích pravomocí

#### 4. NÁSTROJE HOSPODÁŘSKÉ POLITIKY

- Sociální politika (výplata soc. dávek)
- Cenová a důchodová politika
- Právní systém a legislativní proces
- Monetární politika (ČNB= reguluje oběh peněz)
- Fiskální politika (příjmy a výdaje SR)
- Vnější obchodní politika

#### 5. SOCIÁLNÍ POLITIKA

= systém, který se skládá ze sociálních dávek a příspěvků

- zaměřuje se na nezaměstnanost, chudobu, stáří, invaliditu
- Cílem je pečovat o životní podmínky obyvatelstva = životní minimum
- Poskytování veřejných statků a služeb
- regulace cen

- vláda stanoví maximální ceny u výrobků, které považuje za nezbytné

naopak pro poměr nových výrobků stanoví minimální mzdy, minimální mzdový tarif

systém sociálního zabezpečení – stát určitým sociálním skupinám vyplácí dávky soc. zabezpečení

někteří občané (rodiči) dostanou některou část v závislosti na příjmech rodiny

příspěvek na bydlení, porodné, rodičovská, dávky na péči o dítě

- **Řešení otázky nezaměstnanosti** – úřady práce - vedou evidenci nezaměstnaných, informují o možnostech získání práce, aktivní politika zaměstnanosti, opatření ke vzniku nových pracovních míst – rekvalifikace a podpora podnikání

#### 6. MONETÁRNÍ POLITIKA

= měnová, reguluje množství peněz v oběhu

- pravomoc vláda svěřila do rukou ČNB
- prováděna centrální bankou
- hlavním cílem je cenová stabilita
- ČNB kontroluje množství peněz v oběhu

**Cíl:** dlouhodobé udržení stabilní a nízké inflace

#### **Druhy:**

**a) expanzivní** – ČNB zvyšuje množství peněz v oběhu, růst investování, růst HDP a produkce

**b) restriktivní** – snižování množství peněz v oběhu v důsledku nárůstu inflace – omezení úvěrování, vyšší úrokové sazby, klesá HDP a zvyšuje se nezaměstnanost

#### **Nástroje:**

- Operace na volném trhu – obchod s CP hlavní formou repo. sazby
- CB drží vklady bank a vyplácí úroky v repo. Sazbě
- **Diskontní sazba** = úroková sazba za kterou CB poskytuje úvěr
- **Minimální povinné rezervy** – všechny peněžní ústavy mají u centrální banky uloženy část prostředků, velikost je dána procenty z jejich depozit

## 7. FISKÁLNÍ POLITIKA

- prováděna vládou
- rozhodování státu o příjmech a výdajích SR
- její účinek je ovlivněn tím, kolik peněz stát získává (z daní, půjček), a tím kolik peněz stát vydává formou státních výdajů (nákupů zboží a služeb)
- státními nákupy zboží a služeb (stavba dálnic) stát podporuje rozvoj ekonomiky (zakázky pro firmy, přijímání zaměstnanců)
- dotýká se všech občanů, příprava jejích opatření je zpravidla zdlouhavá (např. změně daní předchází složitý a také často dlouhý legislativní proces), avšak její účinek bývá zpravidla okamžitý
- ovlivňování ekonomiky prostřednictvím věřitelských rozpočtů
- patří sem rozpočet státní, krajský, městský, obecní, mimorozpočtové fondy
- cílem je cenová stabilita, růst HDP, nízká nezaměstnanost

### **Nástroje:**

**a) výdaje státu** – zvyšování podporuje poptávku, snižování vyvoláno deficitem rozpočtu

**b) snižování a zvyšování daní** – snižování podporuje poptávku, zvyšování omezuje koupěschopnost

## 8. VNĚJŠÍ OBCHODNÍ POLITIKA

- obecné vztahy se zahraničím, celková organizace státu, celková zahraniční politika

## 22 MAKROEKONOMIE A ZÁKLADNÍ UKAZATELÉ MĚŘENÍ JEJÍ VÝKONNOSTI

### 1. EKONOMIE – POJEM, ČLENĚNÍ

**Ekonomie** = věda, která zkoumá, jak různé společnosti využívají vzácné VF, k výrobě statků a služeb a uspokojování potřeb spotřebitelů

**Členění:**

**Makroekonomie** = zkoumá hospodářství jako celek a hospodářské procesy, které probíhají na území jednoho státu ve všech ekonomických subjektech, hospodářský růst, inflaci, nezaměstnanost.

**Mikroekonomie** = zkoumá jednotlivé ekonomické subjekty (firmy, domácnosti, stát), které fungují v rámci národního hospodářství (řeší ceny, daně, náklady, výnosy).

**Ekonomický subjekt** vykonává hospodářské činnosti. Ekonomickými subjekty jsou spotřebitelé, firmy a stát.

- **podniky:** vyrábějí výrobky a poskytují služby, platí zaměstnancům mzdu,
- **domácnosti:** nakupují výrobky a služby, poskytují podnikům pracovní sílu,
- **stát:** stanoví zákony, nakupuje výrobky a služby pro veřejný sektor

### 2. HDP A MAKROEKONOMICKÝ KOLOBĚH

**HDP = hrubý domácí produkt**

= uvádí, kolik statků a služeb vyprodukovala ekonomika za určité časové období (1 rok) na území daného státu

- souhrn statků a služeb vyjádřený v penězích za určité období (1 rok) výrobními faktory na území státu, bez ohledu na to, zda jsou vlastněny občany státu nebo cizinci
- Udává se v peněžních jednotkách v měně daného státu (Kč)
- Slouží k ekonomické výkonnosti jednotlivých zemí a jejich porovnávání

**Hrubý domácí produkt (HDP)**

Výsledná produkce celého hospodářství vytvořená za určité období výrobními činiteli na území určitého státu, bez ohledu na to, zda ji vytvořili občané státu nebo cizinci.

**Výpočet HDP:** spotřeba domácností + nákupy firem + vládní nákupy + čistý vývoz

**Hrubý národní produkt (HNP)**

Hodnoty vyrobené výrobními činiteli ve vlastnictví občanů dané země, bez ohledu na to, zda výroba probíhala na území státu nebo i v zahraničí.

**Výpočet HNP** = HDP + čistý příjem ze zahraničí - příjem cizinců na našem území

**Národní důchod (ND)**

= mzdy + renty + zisky + úroky

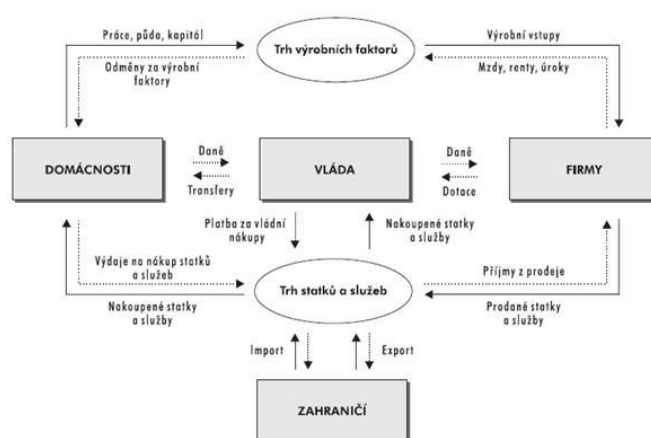
**Čistý vývoz**

= Rozdíl mezi hodnotou statků a služeb vyprodukovaných v tuzemsku a hodnotou statků a služeb dovezených ze zahraničí.

**Makroekonomický koloběh**

- Existují čtyři základní typy makroekonomických subjektů: domácnosti, firmy, vláda a zahraničí. Mezi nimi probíhají jednak reálné toky (toky zboží a služeb, výrobních faktorů) a jednak peněžní toky (toky důchodů a plateb).
- Ve vrchní části makroekonomického koloběhu je trh výrobních faktorů, na který přicházejí se svou nabídkou práce, půdy a kapitálu domácnosti.

- Stranu poptávající na tomto trhu vytvářejí firmy, které si tyto výrobní faktory pronajímají a vyrábějí pomocí nich svou produkci.
- Domácnosti za poskytnutí svých výrobních faktorů dostávají od firem odměny – důchody: mzdy za výrobní faktor práci, renty za výrobní faktor půdu a úrok za výrobní faktor kapitál.
- Spodní část makroekonomického koloběhu zachycuje trh statků a služeb.
- Firmy, které pomocí pronajatých výrobních faktorů vytvořily určitou produkci, tvoří stranu nabízející.
- Domácnosti, které obdržely důchody za své výrobní faktory, tvoří na trhu statků a služeb stranu poptávající.
- Zahraničí je subjektem, který na trhu statků a služeb vytváří jak stranu poptávající – ve formě exportu, tak i stranu nabízející – ve formě importu.
- Posledním subjektem je vláda, která na trhu statků a služeb vytváří stranu poptávající.
- Kde vláda vezme prostředky na nákup statků a služeb, je zachyceno v prostřední části makroekonomického koloběhu.
- Své příjmy získává vláda z daní – od domácností a firem



### 3. ZPŮSOBY MĚŘENÍ HDP

Výši HDP můžeme stanovit třemi metodami:

1. výdajovou metodou
2. důchodovou metodou
3. produkční metodou

#### 1. výdajová metoda:

- nejběžnější
- vychází z výdajové struktury HDP
- založena na zjištění a součtu částek věnovaných na nákupy hotových produktů a služeb
- celková produkce vyjádřena výdajovou metodou je dána součtem výdajů tří základních domácích sektorů národního hospodářství → spotřebitelských výdajů za zboží a služby (C - consumption)), investičních výdajů firem (I), výdajů státu na zboží a služby (G - government)

ke kterým je připočtem čistý vývoz (E), tj. rozdíl mezi vývozy a dovozy národního hospodářství **C**, neboli **spotřebitelské výdaje domácností** - tvoří je spotřeba statků a služeb domácností, které jsou rozděleny do tří skupin: krátkodobá spotřeba (např. nákup potravin, kulturní vyžití aj.), dlouhodobá spotřeba (nákup automobilu aj.) a služby (nájemné, elektřina aj.).

**IG**, neboli **soukromé hrubé domácí investice** - jedná se o investice firem do obnovy stávajících kapitálových statků nebo investice spojené např. s rozšířením kapitálu (nákup nového kapitálu).

**NX**, neboli *čistý export* neboli saldo vývozu a dovozu, či obchodní bilance - čistý export dostaneme po odečtení hodnoty importu do exportu, tedy  $NX = \text{export} - \text{import}$

**G**, neboli *vládní výdaje na statky a služby* - příkladem mohou být výdaje na zabezpečení obrany, zdravotnictví aj.

$$HDP = C + I + G + NX$$

C = výdaje domácností

I = investice firem

G = vládní výdaje za nákup S a S

NX = čistý export

**HDP** = Výdaje na konečnou spotřebu *plus* Tvorba hrubého kapitálu *plus* Vývoz výrobků a služeb *minus* Dovoz výrobků a služeb

## 2. důchodová metoda:

- součet národního důchodu (ND = součet důchodů domácností, amortizace neboli odpisů a nepřímých daní)

$$HDP = w + r + z + i + y + a + n$$

w = hrubé mzdy

r = renty

z = hrubé zisky korporací

i = čisté úroky

y = příjmy vlastníků firem

a = amortizace

n = nepřímé daně

HDP = Náhrady zaměstnancům *plus* Daně z výroby a z dovozu *minus* Dotace *plus* Čistý provozní přebytek *plus* Čistý smíšený důchod *plus* Spotřeba fixního kapitálu

## 3. produkční metoda:

- součet přidaných hodnot každé výrobní etapy ze všech odvětví

HDP = produkce – mezispotřeba + daně z produktů – dotace na produkty

## 4. ODVOZENÉ UKAZATELE HDP

**Disponibilní důchod** = důchod, který mají domácnosti k dispozici

**Národní důchod** = souhrn příjmů VF na daném území za určité období

– jsou to všechny prostředky, které se dostali k domácnostem

– Kolik za rok dostali lidé peněz? Součet důchodů (příjmy domácností)

**Osobní důchod** = souhrn všech důchodů, které domácnosti obdrží

– odečítáme příjmy firem (úroky, renty, zisky), nepřímé daně a daně

spojené se soc. poj. a připočteme transferové platby domácnostem

– vyjadřuje kolik připadá na domácnosti před zdaněním

**Čistý HDP** = HDP očištěn o znehodnocený kapitál (amortizace)

**HNP** = S a S vyrobeny lidmi jednoho státu, bez ohledu na to, ke byly vyrobeny

**Čistý HNP** = HNP – amortizace

**Potenciální produkt** = množství S a S, které mohou být vyrobeny, kdyby byly využity všechny VF

## 5. HOSPODÁŘSKÝ RŮST

= vzestup hospodářského potenciálu země, ke kterému dochází v souvislosti s kvantitativním zvyšováním potenciálního HDP

= růst potenciálního produktu

- faktory, které ovlivňují výši potenciálního produktu, jsou tedy i faktory ovlivňující ekonomický růst
- může být ekonomický růst způsoben v podstatě dvěma faktory: zvýšením množství výrobních vstupů
  - více práce, více fyzického kapitálu, více přírodních zdrojů a nebo zlepšením produktivity výrobních vstupů
- základními zdroji ekonomického růstu jsou množství práce, kapitálu, přírodních zdrojů a produktivita těchto výrobních vstupů
- Proces, při kterém se zvyšuje schopnost národního hospodářství vyrábět statky a služby
- počet výrobků a služeb tedy roste
- nárůst HDP je jedině, když roste produktivita práce jako přírůstek reálného HDP na 1 obyvatele
- růst vyjadřujeme v reálných ukazatelích, hodnotách
- zdravý vývoj ekonomiky předpokládá takové tempo růstu, které nevytváří napětí a nerovnováhu v ekonomice a nebude mít negativní důsledky

## 6. HOSPODÁŘSKÝ CYKLUS

= kolísání ekonomické aktivity na úrovni celé ekonomiky okolo dlouhodobého trendu

- opakující se nesoulad mezi potencionálním a skutečným produktem NH
- měří se podle HDP a času

### **4 fáze:**

#### **1. fáze = EXPANZE**

= nastartování ekonomiky, zvyšuje se HDP, snižuje se nezaměstnanost, roste inflace

- subjekty hospodářství jsou firmy, domácnosti, stát
- rostou mzdy, zisky, daně do státního rozpočtu
- roste spotřeba statků a služeb
- všechny makroekonomické subjekty mají vyšší příjmy

#### **2. fáze = VRCHOL**

= maximální využití VF, maximální poptávka

- firmy produkují vysokým tempem nové statky a služby pak strana poptávky začíná zaostávat
- ekonomika se nachází za hranicemi svých produkčních možností
- dodatečné zdroje (výrobní faktory) získává ekonomika ze zahraničí, zvyšuje se riziko přehřátí ekonomiky a následně hospodářské krize

#### **3. fáze = RECESE**

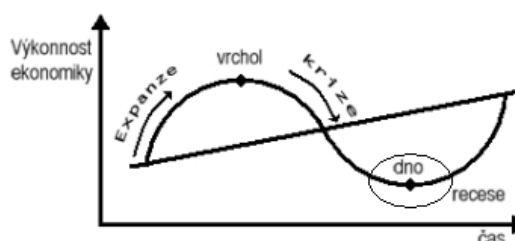
= ekonomika se začíná ochlazovat, zvýšení daní, snižuje se poptávka, roste nezaměstnanost

- lidé mají existenční problémy, neutráci, protože to krizi prohlubuje
- výkonnost ekonomiky neboli produkt klesá

#### **4. fáze = DNO**

= HDP klesá, ekonomika na minimu, inflace klesá

- je to vyrovnání agregátní nabídky a poptávky
- poptávka nikdy neklesne na 0
- firmy minimalizovali náklady, ceny



## 6. INFLACE

### **Inflace**

= růst všeobecné cenové hladiny (pokles kupní síly peněz)

- zvyšování celkové cenové hladiny, statků a služeb v průběhu určitého období, v oběhu je více peněz než statků a služeb
- vyjadřuje se za určité časové období
- nástrojem je měnová politika

### **Důsledky:**

- snižuje se kupní síla peněz
- jsou znehodnocovány úspory
- peníze přestávají plnit některé své funkce (míry hodnot, zejména uchovatele hodnot)
- přispívá k ekonomické nestabilitě

### **Dělí se:**

**a) mírná inflace:** přijatelná pro ekonomiku, mírně rostou ceny (do 10%)

**b) pádivá inflace:** negativní vliv, znehodnocují se vklady, ztráta důvěry v měnu, výkonnost EKO klesá (10-100%)

**c) hyperinflace:** rozpad celé ekonomiky, lidé ztrácejí přehled o cenách, často vede k vytvoření nové měny, peníze přestávají plnit své funkce (100-1000%)

### **Podle příčin:**

**a) tažená poptávka:** zvýšená poptávka vyvolává růst cen nabídky, zaměstnanci, zvyšování mezd, tím se zvýší náklady, dojde k dalšímu zdražení

**b) tažená nabídka:** pohonné hmoty

**c) setrvačná:** inflace pokračuje i určitou dobu, co její příčiny odezněly, eko subjekty se inflaci přizpůsobily, počítají s ní a automaticky jí započítávají do všech svých rozhodnutí

**opakem inflace je deflace** = více zboží na trhu, než zboží v oběhu, snížení hladiny peněz

**Míra inflace** =  $\frac{\text{průměrná cenová hladina nového roku} - \text{průměrná cenová hladina předchozího roku}}{\text{průměrná cenová hladina předchozího roku}} \cdot 100$

## 7. NEZAMĚSTNANOST

= stav, kdy dochází k nerovnováze na trhu práce, poptávka po pracovních místech je vyšší než nabídka práce

= stav, kdy na trhu je nabídka pracovních sil větší než poptávka po pracovní síle

- nezaměstnaný člověk: starší 15. let, aktivně hledá práci, je připraven k nástupu do práce do 14. dnů
- míra nezaměstnanosti je podíl nezaměstnaných ke všem osobám schopným pracovat

**a) dobrovolná** = - tvoří ji lidé, kteří o práci neusilují, mají hodně peněz  
- zabezpečené manželky (nechtějí pracovat)

**b) nedobrovolná** = - zapsáni na úřadu práce  
- aktivně hledá práci, nemá zdroj finančních prostředků  
- stát se musí o tuto skupinu postarat

### **Typy nezaměstnanosti (podle příčin):**

#### **a) Frikční**

- normální jev v tržní ekonomice
- plynulé přecházení z jednoho zaměstnání do jiného
- souvisí s životním cyklem člověka
- krátkodobá (stěhování, absolventi)
- tato forma nezaměstnanosti je neodstranitelná, lze ji ovlivnit informacemi o pracovních příležitostech, mobility obyvatelstva

**b) Strukturální**

- profesní (profese nejsou potřeba, zavřené továrny)
- některá odvětví zanikají a tím dochází k nezaměstnanosti
- může být dlouhodobá, je nutné ji řešit např. rekvalifikace

**c) Cyklická**

- spojená s hospodářským cyklem (recese, dno, expanze, vrchol)

**Příčiny:**

- mzdy nejsou pružné, tak jako ceny
- jejich změna je vázána na změny právních předpisů, jednání s odbory apod.
- podnikatelé nechtějí nahrazovat současně osvědčené pracovníky novými z řad nezaměstnaných, i kdyby byli ochotni pracovat za nižší mzdu

**Negativní důsledky nezaměstnanosti:**

- a) eko důsledky:** - ztráta statků a služeb, které by nezaměstnaní mohli vytvořit  
- potřeba finančních prostředků na zajištění nezaměstnaných (činnosti ÚP, podpory, soc. dávky, apod.)
- b) sociální důsledky:** - pokles životní úrovně nezaměstnaného a jeho rodiny, stres, zdravotní důsledky, kriminalita, alkoholismus, ztráta kvalifikace

**Míra nezaměstnanosti = počet nezaměstnaných / (počet zaměstnaných + počet nezaměstnaných) x 100**



## 23 ODBYTOVÉ ČINNOSTI PODNIKU

### 1. ODBYT – POJEM, ČLENĚNÍ, VZTAH K MARKETINGU

**Odbyt** = činnosti, jejichž úkolem je zajistit uplatnění na trhu a jeho dodání odběrateli

- odbytem končí výrobní činnost
- všechny činnosti, které souvisí s přesunem hotových výrobků a služeb od výrobce ke spotřebiteli

#### **Funkce odbytu**

= usměrňování výroby tak, aby uspokojoval potřeby trhu, usměrňování spotřebitele při vytváření poptávky (informace o nových službách)

- usměrnit výrobu, aby uspokojila potřeby trhu
- usměrnit spotřebitele při vytváření poptávky (reklama, tlak na psychiku)
- informace o nových výrobcích

Odbyt zahrnuje: udržování zásob, řízení vlastních prodejen, prodej výrobků, poskytování poradenství

#### **Členění se na:**

**a) Přímý** = bez sprostředkovatele – určené k výrobní spotřebě – krátká trvanlivost (maso, ovoce, zelenina)

**b) Nepřímý** = se spotřebovatelem – velkoobchody, maloobchody – delší trvanlivost (oblečení, drogerie)

#### ***členění odbytu (odbytových cest):***

přímý – prodej bez zprostředkovatele, výrobce - konečný spotřebitel

nepřímý – prodej se zprostředkovatelem,

- a) jednoúrovňová odbytová cesta: výrobce – maloobchod - konečný spotřebitel
- b) dvouúrovňová odbytová cesta: výrobce - velkoobchod - maloobchod – konečný spotřebitel
- c) tříúrovňová odbytová cesta: výrobce – velkoobchod – překupník – maloobchod – konečný spotřebitel

#### ***úkoly marketingu:***

- uspokojit potřeby zákazníka
- dosažení výhody nad konkurencí
- maximalizace zisku

#### ***cíle marketingu:***

1. maximalizace spotřeby
2. maximalizace uspokojení spotřebitele
3. maximalizace výběru zboží
4. maximalizace kvality života

### 2. ODBYTOVÉ ČINNOSTI:

#### **1. marketingové činnosti**

= - hlavním cílem je zabezpečit potřebné informace o trhu

- je souhrn činností, jimiž se podnik snaží o zvýšení prodeje
- zahrnuje studium trhu a identifikaci přání a potřeb zákazníků
- poznatky z této činnosti jsou přenášeny do tvorby nových výrobků, do obchodní činnosti a do ovlivňování spotřeby
- usiluje o to, aby se ke správnému spotřebiteli dostal správný výrobek za správnou cenu na správném místě, ve správném čase a při vhodné komunikaci
- podnik, který se chce chovat marketingově musí vycházet ze znalosti zákazníka a konkurence

- marketing velice úzce souvisí s odbytem
- výsledkem je studie, která předvídá budoucí vývoj trhu
- M všechno začíná a končí
- M průzkum – co chce zákazník – M průzkum trhu dodavatelů VF – výroba
- zkoumá poptávku
- **poptávku ovlivňuje:** - cena, příjmy kupujících, podpora prodeje (slevy, dárek, soutěže)
- **hlavní úkoly:**
  - a) zjistit údaje o dosavadním prodeji, nákupu, nebo spotřebě určitého výrobku
  - b) prověřit situaci na trhu
  - c) učinit závěry o budoucím vývoji

### Metody výzkumu:

A) od stolu – informace jsou běžně k dispozici, stačí je utřídit, zpracovat a vyhodnotit

B) v terénu - zaměřuje se na:

- zákazníky – jejich chování a motivy, přání a zvyklosti. Hledáme odpovědi na: co, kde, komu, kolik, jak a kdy se má prodávat
- poptávku – tu ovlivňuje: cena výrobku (a zastupitelných a doplňujících výrobků), důchody, atd...
- konkurenci – jak pracuje/prodává, její ceny apod.

## 2. plánování prodeje

- plán se tvoří na jednotlivé období, podle druhů produktů, podle zeměpisných oblastí
- součástí je plán prodejních akcí – ovlivňují zvýšení prodeje – slavnostní otevření prodejny, zahájení vánoční kampaně, veletržní zakázky
- plán se sestavuje v naturálních a peněžních jednotkách

**Tvoří se podle:**

- požadavků odběratelů
- rozborů prodejních výsledků
- průzkumu poptávky

- plán odbytu navazuje na plán marketingu

## 3. odbytové cesty

- jakou cestou se výrobek, služba dostane ke spotřebiteli
- v úvahu se bere N na dopravu, charakter výrobku, charakter trhu
- odpovídám na otázky: co, kde, jak, komu prodávat

**a) přímý prodej:** - výrobce – spotřebitel (zakázková výroba)

- výrobce – maloobchod – spotřebitel (rychle se kazící výrobky – ovoce, uzeniny, zeleniny, ml. výrobky)
- firmy, které se zabývají přímým prodejem (Avon, Oriflame)

**b) nepřímý prodej:**

- pomocí dalších mezičlánků
- výrobce – VO – maloobchod – spotřebitel
- výrobce – dovozce – VO – MO – spotřebitel

## 4. získávání odběratelů

- individuální jednání – nabídka, objednávka
- internet
- veletrhy a výstavy – časově omezené, opakující se akce, více vystavovatelů

**5. personální zajištění prodeje**

- zásilková služba, internet
- prodejní personál
- smluvní partneři

**6. obchodně technické služby**

- souvisí s koncepcí totálního výrobku (viz marketing)
- **členění se na:**
  - služby při výběru zboží (poradenství, ceník, katalog, převedení zboží, vyzkoušení)
  - uskutečnění dodávky (montáž, doprava, prodej na splátky)
  - služby při užívání výrobků (servis záruční a pozáruční, zajištění náhradních dílů, inspekční služba)

**7. skladování hotových výrobků, expedice, fakturace**

**a) napřed balení:** - označení zboží (čárový kód, ošetřování)

- český název a návod, záruční list

**b) skladování hotových výrobků a řízení zásob** (nejvýhodnější je minimální zásoba, ale tak abychom splnili všechny dodávky)

**c) expedice** (příprava zboží k prodeji + naložení na dopravní prostředek)

**d) fakturace** (vystavení FA, stanovení data splatnosti, evidence FA po splatnosti)

**8. vyřizování reklamací, evidence a hodnocení prodeje**

- **evidence:** skladní karta, expediční příkaz, výdejka, dodací list, fakt., protokol o vadách
- **hodnocení:** analýza – kvalita výrobků (podle počtu reklamací)
- vývoj objemu prodeje v časové řadě
- vývoj N spojených s prodejem (balení, doprava, propagace)
- úhradu faktury a prodlení splatnosti
- rychlost obratu zásob
- evidence se uskutečňuje prostřednictvím záznamů (účetnictví)
- hodnocení – sledování vývoje odbytu v čase, porovnávání nákladů a výnosů, sledování prodejnosti...

**4. OPERATIVNÍ ODBYTOVÉ ČINNOSTI**

zahrnují:

**a) jednání s odběrateli**

- 1) individuální – na základě nabídky a poptávky odběratelů (písemná forma nebo osobní jednání)
- 2) veletrhy, výstavy – pravidelně se opakující akce, na kterých vystavuje více vystavovatelů své výrobky, které patří do jednoho nebo více podobných odvětví
- 3) burzy – organizované setkání obchodníků, kde se uskutečňují obchody se zbožím, penězi nebo cennými papíry. Každá burza je řízena zvláštními burzovními předpisy, obchody na burze mohou provádět jen členové burzy. Obchody se uskutečňují za stanovené ceny - tzv. kurzy, jsou denně zveřejňovány
- 4) dražby (aukce) – představují zvláštní formu prodeje, kdy je zboží prodáno

**jednání s odběrateli se může uskutečňovat těmito způsoby:**

**individuální jednání** – na základě nabídky a poptávky odběratelů, podnik se obrací se známé partnery prostřednictvím nabídek, inzerátů ....

**veletrhy a výstavy** – jedná se o pravidelně opakující se akce, kde výrobci vystavují své výrobky a dochází k uzavírání kupních smluv mezi výrobcem a zákazníky

**burzy** – jedná se o organizovaná setkání obchodníků, kde se uzavírají obchody se zbožím, s cennými

papíry, ale také s penězi

**dražby** – je to zvláštní forma prodeje zboží, při kterých se nabízené zboží prodává tomu, kdo zaplatí ví, a to u zboží, kde se dá těžce odhadnout tržní cena.

**b) uzavírání kupních smluv**

**c) vyřizování reklamací**

## 5. PLÁNOVÁNÍ ODBYTU, BILANCE ODBYTU

### **Bilance**

1) levá strana - zdroje odbytu (co můžeme prodat)

2) pravá strana - potřeby odbytu (komu můžeme prodat)

Zdroje = kde a jak podnik získá zboží či výrobek ( jaký objem chce prodat)

Potřeby = kam zbo či výrobek prodá (komu chce prodávat = rozdělení dodávek)

### **Zdroje odbytu**

výroba zboží dodávky firmám

+ nákup obchodního zboží dodávky obyvatelstvu

+ počáteční zásoba hotových výrobků dodávky pro vývoz

+ ostatní zdroje

- konečná zásoba

- dodávky pro vlastní spotřebu

zdroje celkem = potřeby celkem

- Plán odbytu sestavují podniky na období 1 roku, stanoví rozsah, v jakém se mají uskutečnit odbytové činnosti.

## 6. SUBJEKTY ODBYTOVÉ ČINNOSTI, ZÍSKÁVÁNÍ ODBĚRATELŮ

- Snaha o vysokou likviditu (rychlý obrat)

- Na skladě pouze taková zásoba, aby zajistila plynulý chod výroby ale nedržela finanční prostředky

### **Maloobchod**

- činnosti spojené s prodejem zboží a poskytování služeb konečnému spotřebiteli pro jeho osobní potřebu

#### **Formy maloobchodního prodeje:**

1. pultový prodej (pekárna, lahůdky)

2. volný výběr (zboží je vystaveno, ale pro různou velikost jde prodavač do skladu)

3. samoobslužný prodej (prodavač jen na placení)

4. zásilkový prodej

5. internet

- zahrnuje všechny činnosti, které souvisejí s prodejem zboží nebo služeb, hospodářským subjektům za účelem dalšího prodeje nebo hospodářské činnosti

### **Velkoobchod**

a) přetváří úzký výrobní sortiment na široký sortiment obchodní (ve VO je nabídka od více výrobků)

b) překlenuje časový a prostorový nesoulad mezi výrobou a spotřebou (vánoční pohlednice, ozdoby – vyrábí se dávno před prodejem)

c) poskytuje odběratelům obchodní úvěr, vytváří tak lepší podmínky pro větší prodej zboží a zároveň dodavatelům může zajistit dřívější platbu než maloobchod

d) vytváří zásoby potřebné k plynulému zásobování odběratelů

e) přebírá riziko spojené s nákupem, dopravou a skladováním (placení, krádež, škody...)

f) podílí se na propagaci

g) podílí se na dohotovení zboží, na jeho balení a úpravách (dozrávání banánů)

h) zajišťuje dopravu do maloobchodní sítě např. Makro

## 7. FAKTURY A REKLAMACE

### **Faktura**

= dokument nebo účet za provedenou práci nebo dodané zboží. Jsou na ní údaje o dodavateli, odběrateli a výrobku či službě, datum vystavení a datum splatnosti

### **Reklamační**

= odběratel není spokojený s objednaným výrobkem, a tak se rozhodne jej z nějakého důvodu reklamovat

- Způsob reklamační, její oprávněnost a další záležitosti řeší právní předpisy nebo smlouva.
- Reklamací je třeba uplatnit v reklamační lhůtě, která může být stejně dlouhá jako lhůta záruční (obvykle 2 roky)

### **Důvody reklamační:**

- a) zboží je poškozené nebo nefunkční
- b) zboží došlo nekompletní (např. chybí důležitá součástka apod.)
- c) došlo jiné zboží, než jste si objednali (např. došlo k záměně zásilek na straně dodavatele)
  - Odpověď dodavatele může být zamítnutí, přijetí v polovičním rozsahu nebo v plném rozsahu
  - Řešení reklamační může být oprava výrobku, výměna za nový kus nebo vrácení peněz či vystavení poukázky do tohoto obchodu v částce původní ceny výrobku.

## 8. EVIDENCE A HODNOCENÍ ODBYTU, OBCHODNĚ TECHNICKÉ SLUŽBY

**Evidence:** skladní karta, expediční výkaz, výdejka, dodací list, faktura, protokol o vadách, dodejka

**Hodnocení:** analýza - kvalita výrobků (podle počtu reklamací), vývoj objemu prodeje v časové řadě, rychlost obrátu zásob

### **OTS:**

- k úspěšnému prodeji neoddelitelně patří řada služeb, které zákazník od firmy očekává a které ovlivňují jeho spokojenost (nebo nespokojenost) s výrobkem

- zařadíme sem např. poradenství, katalogy, zaškolování, zapojení a instalace, doprava zboží k zákazníkovi, poprodejní záruční a pozáruční servis, zajišťování náhradních dílů, reklamační, atd

- tyto specifické činnosti mají charakter služeb a neposkytují je sami obchodní zástupci (prodejci), ale specializovaný útvar firmy, většinou nazývaný OTS - obchodně technické služby

- pracovníci tohoto útvaru mají speciální školení k poskytování uvedených služeb (servisní technici, poradci, reklamační oddělení atd.)

### **1. Prodejní služby – dodávka**

a) při výběru a uskutečňování dodávky – poradenská služba, jakou značku

b) při užívání výrobku – vyzkoušení

- funkce, teletext

- barva

### **2. Instalace**

- vyzkoušení, zapojení

### **3. Záruka**

- odpovědnost za vady: v době prodeje

- záruky: po převzetí zboží

### **4. Úvěr**

## 24 VÝROBNÍ ČINNOST

### 1. VÝROBA – POJEM, VZTAH K HOSPODÁŘSKÉMU PROCESU

- základní fáze hospodářského procesu
- přeměna vstupů na výstupy, jedna z nejdůležitějších činností podniku
- = základní fází hospodářského procesu. Při výrobě vznikají statky a služby, které mají uspokojit lidské potřeby. Při výrobním procesu dochází k přeměně vstupů na výstupy za účelem tvorby nové hodnoty.
- Vstupy -> oběžný majetek, dlouhodobý majetek, práce
- Výstupy -> hotové výrobky, služby

#### **Stupně rozpracovanosti výroby:**

##### **1. materiál**

- zásoby pro výrobu, suroviny, barvy, čisticí prostředky, pohonné hmoty

##### **2. nedokončená výroba**

- materiál je vydaný do výroby, kde začne být zpracováván
- postupně se nachází v různých stupních rozpracovanosti
- nemůže se nazvat polotovarem ani hotovým výrobkem (nastříhané a rozeřité šaty, nakynuté těsto)

##### **3. polotovary**

- ukončením určitého technologického postupu může vzniknout polotovar
- produkt, který bude ve výrobě dále zpracováván
- za určitých podmínek už může být prodán jinému zpracovateli

##### **4. hotové výrobky**

- výrobek vlastní produkce určený k prodeji (hotové šaty, upečený rohlík)

#### **- při výrobě dochází ke spotřebě výrobních faktorů:**

1. práce - cílevědomá lidská fyzická činnost, odměňována mzdou
2. půda - nejtýpější přírodní zdroj, cena je ovlivněná plodností a rozměrem
3. kapitál - výsledek předchozí činnosti

#### **Výrobní podniky:**

- průmyslové, zemědělské, stavební, lesnické
- podle způsobu účasti práce členíme výr. proces

**1.pracovní**-pracovník působí na materiál pomocí strojů a nářadí a přeměňuje jej ve výrobek

**2.automatické**-samočinné- sestaví se program, vloží stroje a pak už jen kontroluje a řídí

**3.přírodní**-vznikají na základě fyzikálních, biologických či chemických přeměn-zrání

#### **- podle určení výrobků dělíme procesy:**

##### **1.základní** -zabezpečují:

- A. hlavní výrobu-jde o výrobu výrobků, pro které byl podnik založen
- B. vedlejší-produkt vzniká jako součást zákl. výrobku (plyn)
- C. doplňkovou-když chceme využít volnou kapacitu strojů(zpracování odpadu)
- D. přidruženou-v zemědělství mimo sezónu-pletení proutěného zboží

**2. pomocné** - výroba el. energie, nářadí, tyto procesy napomáhají hladkému průběhu zákl. procesů

**3. obslužné** - slouží k vyšší kvalitě výrobků-doprava, kontrola, skladování,...

#### **Procesy přeměny:**

- a) pracovní proces = pracovník vyrábí sám bez strojů (ruční výroba)
- b) automatická výroba = pracovník zadá pokyny stroji (stroj vyrobí sám)
- c) přírodní procesy = fyzikální či chemické přeměny (zrání vína, sýru)
- d) hospodářský proces = výroba -> přerozdělování -> směna -> spotřeba

## 2. VÝROBNÍ PROCES – DÍLČÍ ČÁSTI

=činnosti, které vedou ke zhotovení hotového výrobku

### **3 etapy:**

- a) předvýrobní = zásobování, příprava stroje
- b) výrobní = přeměna vstupu na výstupy -> materiál na výrobek + kontrola = testování funkce výrobku  
-> pak připraveno zákazníkům
- c) odbyt = balení, skladování, přeprava, reklamace

### **Druhy procesů:**

- a) **základní procesy** – přeměna materiálu na výrobek
  - Hlavní=hlavní výroba,
  - Vedlejší=součástky a příslušenství k výrobkům,
  - Doplnková= zpracování dopadu,
  - Přidružená= výroba dalších výrobků
- b) **pomocné procesy** – čistírna odpadních vod, výroba energie, údržba
- c) **obslužné procesy** – sklad, doprava, kontrola

- Při výrobě dochází i k výrobě vedlejších produktů (při práci se dřevem vyrobíme piliny, které si pak někdo koupí, i když pro nás je to odpad)

## 3. ČLENĚNÍ VÝROBY A VÝROBNÍ PROGRAM, INOVACE

### **Výrobní program**

= soubor všech výrobků poskytovaný danou společností

- průběžně se mění podle požadavků trhu, ekonomických výsledků a nových technických poznatků

### **Členění:**

- a) **Kusová:** - malí podnikatelé
  - velký počet druhů výrob, malý počet kusů
  - výroba na zakázku, nepravidelní časové odstupy
  - zaměstnanci budou vysoce kvalifikovaní
  - vysoká kvalifikace pracovníků
  - nejvyšší náklady na výroby
  - šaty na míru
- b) **Sériová:** - málo druhů
  - různý počet kusů
  - specializovaná kvalifikace
  - výrobky téměř stejné
  - opakovatelnost stejných výrobků
- c) **Hromadná:**
  - úzký sortiment
  - mnoho kusů
  - málo druhů
  - rohlíky, obuv, šaty
  - nejvyšší produktivita práce
  - nejnižší výrobní náklady
  - krátký výrobní cyklus
  - nejvyšší rychlost obratu OM
  - šrouby, žárovky

### **Inovace**

= vylepšení již stávajícího produktu

- součást práce konstruktérů a technologů
- zavedení nové výroby, vylepšení postupů, nové druhy surovin

#### 4. PŘÍPRAVA VÝROBY – FÁZE, STRUČNÝ POPIS

##### **1. Ekonomická**

= stanovení nákladů a ceny, k tomu slouží kalkulace (úplných N i neúplných N)

- sestavujeme je buď před zahájením výroby-předběžné, nebo po skončení výroby-výsledné
- náklady k výrobě rozdělujeme na:

A.přímé-lze je snadno zjistit na 1 ks(vychází z THN)

B.nepřímé(režijní)nelze je zjistit na 1 ks, musí se rozpočítat

Přímý mat(základní mat) + přímé mzdy(mzdy dělníků)+ostatní přímé náklady+výrobní režie\_\_vlastní náklady výroby+správní režie(mzdy vedení,odpisy,tiskopisy)\_\_vlastní náklady výkonu+odbytové náklady(reklamace, obaly)\_\_úplné vlastní náklady výkonu+zisk\_\_prodejní cena,

po stanovení ceny sestavujeme rozpočet nákladů, výnosů a zisku

- má za úkol zajistit výrobu, zjistit cenu a zda bude výrobek ziskový
- pomocí norem, kalkulací, rozpočtů

##### **2. Organizační**

- udává jaký útvar bude zabezpečovat výrobu a kde
- Technologické uspořádání – do jedné dílny jsou soustředěny příbuzné stroje
- Výhoda: snadná organizace práce
- Nevýhoda: dlouhá cesta výrobku

##### **3. Technická**

- jejím účelem je vypracovat konstrukci a technologii výroby konstrukce - je určení tvarů, rozměrů, výkonů, používaných mat., váhy, barvy a přesnosti provedení technologie - je vypracování postupu, jak se bude výrobek vyrábět, závisí na druhu výroby (mechanická, chemická, těžební...)
- určujeme postup výroby, sledujeme zajištění výroby stroji – výsledkem tzv. technická dokumentace
- konstrukční část – udržují se stavy, rozměry, funkce výrobků i z čeho se výrobek vyrábí, zabývá se jí konstruktér či projektant
- po dokončení jsou připraveny podklady pro zahájení výroby na vysoké technické úrovni a za co nejnížší cenu

#### 5. PLÁNOVÁNÍ A ŘÍZENÍ VÝROBY

-plán určuje co a v jakém množství bude vyráběno v následujícím období

- existují plány dlouhodobé a operativní, v malých podnicích řídí výrobu mistr a to operativně (např. plán měsíční, čtvrtletní, lhůtové plány), ve velkých podnicích počítače a manažeři

- **při plánování se řeší:**

**1. dostatečnost kapacity** – pokud není dostatečná, může se to řešit např. pomocí přesčasů, investicemi, spoluprací s jinými podniky, pokud je kapacita nevyužitá, můžou se začít vyrábět vedlejší výrobky nebo prostory pronajmout

**2. finanční zabezpečení** – if je dostatek peněz na nákup, skladování atd  
- zda zakázka přinese dostatečný finanční efekt

##### **Řízení výroby:**

- zjišťují se info o tom, jak výroba probíhá, provádí se kontrola toho, jestli rozpracovanost odpovídá plánu i z časového hlediska, jestli kvalita odpovídá normám, řízení pak řeší pokud jsou nějaké poruchy, odchylky od plánu apod.
- řízení také kontroluje náklady, zda výrobek není dražší než byl plán
- využívají se průvodky (zachycují provedené operace), pracovní listky (evidence práce) a výrobní výkaz (výkaz dílny – odpracované hodiny apod.)

#### 6. VÝROBNÍ PROCES:

##### **1. hlavní**

**2. vedlejší** – vyrábí polotovary, aby byl zajištěný hlavní proces

**3. doplňkový** – dochází ke zpracování odpadů, využití volné kapacity



- z hlediska časového průběhu má výrobní proces 3 etapy:

### 1.předvýrobní

- technická příprava výroby, zásobování materiálem a součástkami
- zajištění potřebných pracovních předmětů a pracovních prostředků, textilnické dokumentace pracovních sil

### 2.výrobní

- dochází k vlastní přeměně materiálu na výrobek

### 3.odbytová

- zahrnuje převzetí výrobku z výroby
- balení, skladování, přeprava, převzetí odběratelem popř. reklamační řízení, fakturaci, servisní služby

- podle opakování výroby:

#### 1. přetržitý

- je typický zejména pro strojírenskou výrobu
- výrobky a její části se zpracovávají na různých oddělených pracovištích a lze výrobu kdykoliv přerušit

#### 2. nepřetržitý

- probíhá plynule bez přerušení převážně v chemické a hutní výrobě

## 7. EKONOMICKÁ PŘÍPRAVA VÝROBY - THN

### THN

= vyjadřují potřebu majetku nebo práce na jednotku výkonu (služba, výrobek)

- je to norma spotřeby a návratnosti majetku (materiálu, energie, zásob, odpisování)
- jsou podkladem pro řízení a plánování výroby, pro výpočet mezd, kalkulaci nákladů a cen

Norma = předpis, pravidlo, které platí buď v rámci podniku, odvětví, oboru, země nebo mezinárodně

**Normy** – vyjadřují spotřebu výrobních faktorů

**kvalitní normy** = hospodárná výroba

**spotřeba materiálu** – udává potřebný materiál

Stanovení nákladů pomocí kalkulace

**Velikost norem závisí na:** typu a složitosti výroby, jakosti výrobku a rozměrech materiálu

**Norma obsluhy:** udává počet pracovníků určitý počet strojů nebo počet strojů, které obsluhuje 1 pracovník

Rozpočty

## 8. VÝROBNÍ KAPACITA

= max. množství výrobků, které podnik může vyrobit za optimálních podmínek za jednotku času

- může se udávat jako hodinová nebo minutová

KAPACITA = čistý časový fond \* počet jednotek výrobního zařízení \* kapacitní norma

=> ukazatele

plánované využití kapacity = Plán. produkce / kapacita \* 100

skutečné využití kapacity = skutečná produkce / kapacita \* 100

## 25 MANAGEMENT PODNIKU

### 1. POJEM MANAGEMENT

= proces řízení, plánování, organizování, rozhodování, vedení lidí a kontroly za účelem dosažení vytyčeného cíle

- označuje také pozici vedoucího pracovníka, tento pracovník se nazývá manažer
- management je z části vědní disciplína a z části také umění

### 2. ZÁKLADNÍ FUNKCE MANAGEMENTU A JEJICH CHARAKTERISTIKA

#### **Funkce průběžné:**

1. plánování
2. organizování
3. personalistika
4. vedení a motivování
5. kontrola
6. koordinace
7. rozhodování

#### **Funkce zabezpečovací:**

1. Zabezpečení informací
2. Zabezpečení personální
3. Zabezpečení prostředků

#### **1. plánování**

- stanovení cílů podniku, jejich vzájemné uspořádání a sladění a stanovení cest k dosažení daného cíle v určitém časovém horizontu
- dělí se na strategické (dlouhý časový horizont) a realizační (konkrétní úlohy, krátký časový horizont)

#### **2. organizování**

- vymezení vzájemných vztahů lidí a prostředků při plnění určitých záměrů, s organizováním souvisí vytváření vnitřní struktury firmy
- přidělování úkolů členům organizace a koordinace jejich činnosti, přidělování a distribuce zdrojů, nezbytných k úspěšnému vykonávání těchto úkolů
- **u lidských zdrojů je třeba zajistit aby:-** bylo jasné kdo má co dělat a kdo je odpovědný za výsledky
  - byly odstraněny org. překážky při uskutečňování plánovaných činností
  - existovaly rozhodovací a komunikační sítě nezbytné k řešení problémů

#### **3. řízení**

- proces ovlivňování a motivování podřízených, tak aby jejich činnost naplnila firemní cíle
- motivace lidí (odměny, dobré pracovní prostředí...)

#### **4. kontrolování**

- kdo řídí, musí současně kontrolovat, zpětná vazba, vyhodnocování plnění daných plánů

#### **5. rozhodování** – co bude pro podnik lepší, jakou cestou se vydat

#### **6. personalistika**

- řízení lidských zdrojů
- proces získání pracovníků, jejich adaptace a udržení
- hlavní úkoly:    - analýza požadavků

- nábor a výběr pracovníků
- adaptace pracovníků v novém prostředí
- rozvoj pracovníků
- hodnocení dle výsledků
- stabilizace pracovníků
- obsazování pozic, údržba pozic (školení, rekvalifikace)

### **Personální management:**

Zaměřuje se na člověka v pracovním procesu

- získávání pracovníků
- fungování, organizování činností
- hodnocení výsledků jeho práce, pracovních schopností a pracovního chování
- úkolem je zlepšování výkonnosti firmy

### **Profil personalisty:**

- musí mít důkladné teoretické i praktické dovednosti v oblasti personální práce, ale musí se vyznat i v ostatních problémech podniku
- musí ovládat umění jednat s lidmi, rozvíjet své schopnosti, být flexibilní
- musí se orientovat ve vnějších faktorech (populační vývoj, trh práce, sociální vývoj, legislativa)
- musí mít znalosti o technice a technologii používané v podniku
- také by měl být tak trochu právník a psycholog

## **3. SOUČASNÝ MANAGEMENT A JEHO ZÁSADY**

= zobecnění, integrování dosud známých poznatků a snaha vytvořit systém

- uznává obecnou teorii managementu, klade důraz na procesní přístup
- aplikace přináší různé výsledky
- neexistuje jediný univerzální způsob, metoda, teorie, která by v každé organizaci zaručila úspěch
- nové pracování s podřízenými (odměny, dobré pracovní příležitosti, rekvalifikace, školení,...)

### **Zásady:**

- 1. Zaměření na zákazníka:** Organizace jsou závislé na svých zákaznících, a proto mají rozumět současným a budoucím potřebám zákazníků
- 2. Vedení a řízení lidí:** Vedoucí osobnosti (lídři) mají vytvářet a udržovat interní prostředí, v němž se mohou lidé plně zapojit při dosahování cílů organizace
- 3. Zapojení lidí:** Lidé na všech úrovních jsou základem organizace a jejich plné zapojení umožňuje využít jejich schopnosti ve prospěch organizace
- 4. Procesní přístup:** Požadovaného výsledku se dosáhne mnohem účinněji, jsou-li činnosti a související zdroje řízeny jako proces
- 5. Systémový přístup k managementu:** Identifikování, porozumění a řízení vzájemně souvisejících procesů jako systému přispívá k efektivnosti a účinnosti organizace při dosahování jejích cílů
- 6. Neustálé zlepšování:** Neustálé zlepšování celkové výkonnosti organizace má být trvalým cílem organizace
- 7. Přístup k rozhodování na základě faktů:** Efektivní rozhodnutí jsou založena na analýze údajů a informací.

## **4. ÚROVNĚ MANAGEMENTU**

### **1. vrcholová (strategická)**

- top manažeři jsou vrcholoví manažeři (generální ředitelé, náměstci organizace)
- jsou nejmenší skupinou s nejvyšším postavením v organizaci
- mají na starosti plánování v organizaci a celkovou výkonnost

-zástupci vlastníků, nejvyšší manažeři, ředitel společnosti - plánuje, rozhoduje a řídí, vytváří plán (doba 2-5 let)

## 2. střední (taktická)

- střední linie
- jsou pod vrcholovými manažery, ale mají pod sebou další úroveň pracovníků
- mají na starosti řízení nejnižší postavených manažerů a organizaci vykonávaných úkolů
- stavbyvedoucí, vedoucí dílny, vedoucí střediska
- jsou vedoucí pracovníci konkrétních závodů, velmi početná skupina vedoucích pracovníků - plánují a rozhodují (doba do 2 let)

## 3. základní

- 1. linie
- hlavní náplní jejich práce je motivace a kontrola nejnižších pracovníků
- vedoucí administrativního oddělení, vrchní sestry
- mistři, projektoví manažeři, plánují v krátkodobém úseku (týden až rok)

## 5. PŘEDPOKLADY DOBRÉHO MANAŽERA – JEHO POSTAVENÍ VE FIRMĚ A VLASTNOSTI

**Vedoucí (manager)** - dosahuje organizačních cílů prostřednictvím účelného a účinného využívání zdrojů

**Vůdce (leader)** - ovlivňuje vztahy mezi lidmi, inspiruje své následníky a vytváří prostředí sdílených cílů

=vedoucí pracovník, který odpovídá za vedení firmy a výsledek celkové práce

- profesionál v oblasti řízení (vedení), kterého zaměstnává firma

### vlastnosti:

- **vrozené** – inteligence, temperament, schopnost řízení, moc
- **získané** – ekonomická teorie, duševní a fyzická kondice, vzdělání, mohou se měnit

1. obecné intelektuální schopnosti a tvůrčí myšlení
2. speciální řídicí a organizační schopnosti
3. vstřícný postoj k zavádění nových věcí
4. tělesná a duševní kondice a odolnost na psychickou zátěž
5. komunikační a výrazové dovednosti
6. metodická připravenost pro řízení rozvoje firmy
7. úroveň řídicího styku a celkového způsobu života

### styly vedení:

- Direktivní styl vedení – vysoce aktivní vedoucí
- Demokratický styl – prostor i pro druhé
- Liberální styl – nepřijímá odpovědnost
- Participativní styl – rozvoj týmové práce

## VÝZNAM KONTROLY V MANAGEMENTU

- potřebujeme zjistit, že vývoj toho, co řídíme jde směrem k žádoucímu cíli, že jej dosáhneme
  - znalost žádoucího (chtěného) stavu je nezbytná bez toho nelze kontrolovat
  - jde o zpětnou vazbu, která nám umožňuje činit opatření k odstranění nedostatků
- =porovnání skutečného stavu s naplánovaným

- Bez efektivní kontroly nelze dosáhnout cílů
- Monitorování odchodu a příchodu pracovníků, plnění úkolů...

**Fáze kontroly:**

1. získávání a výběr informací pro kontrolu,
2. ověřování správnosti získaných informací,
3. hodnocení kontrolovaných procesů,
4. závěry a návrhy opatření,
5. zpětná kontrola.

**Funkce:**

Pasivní - zajišťuje odchylky

Aktivní - dělá opatření

**Nejčastější metody:**

1. Běžná vnitřní kontrola
2. Interní audit Jde o kontrolní činnost managementu a pověřených kontrolních útvarů a pracovníků.
3. Externí audit Jde o kontroly vykonávané orgány státní správy na podkladě legislativních norem. (daňové povinnosti, zdravotní a sociální pojištění, čerpání dotací, požární, BOZP, dodržování zákona o lesích).
4. Dopředná vazba
5. Zpětná vazba

**Druhy kontrol:**

1. V kontrolní praxi lze realizovat různé druhy kontrol.
2. Kontroly můžeme členit z různých hledisek:
3. z hlediska místa,
4. z hlediska času,
5. z hlediska doby trvání kontroly,
6. z hlediska rozsahu,
7. z hlediska způsobu vyjádření kontrolované skutečnosti

**Preventivní:** cíl předcházet vzniku negativních jevů: například kontrola dodržování požárních předpisů, kontrola kvality nakupovaného materiálu( sazenic)

**Průběžné:** Sledují odchylky v průběhu procesu, nemohou ovlivnit již probíhající jevy.

**Následné:** Kontrolují se již výsledky – zisk, náklady, výnosy. Závěry se promítají do odměn a sankcí.

**VÝPOČET PRODUKTIVITY PRÁCE A OPATŘENÍ MANAGEMENTU PRO JEJÍ ZVÝŠENÍ**

- hodnota množství zboží a služeb, které pracovník produkuje v daném čase

- produktivita práce se zvyšuje v důsledku dokonalejších technologií, vyšší pracovní zručností a prohlubováním kapitálu (čili růstem vybavenosti práce kapitálem)

- vyjadřuje objem vyprodukovaných hodnot připadající na jednotku spotřebované práce za určité období (rok, měsíc, den, hodinu) podle toho, v jakém období tuto produktivitu zjišťujeme

$$w = Q/T$$

**Q** = objem výroby

**T** = množství práce vynaložené na objem výroby v časových jednotkách

**četní přidaná hodnota (suma výkonů) na jednoho zaměstnance:**  
příjmy - (výdaje + režie + odpisy + úroky + personální náklady)

Produktivita práce = průměrný počet zaměstnanců

**Zvýšení produktivity práce:**

- motivace pracovníků
- benefits
- zvýšení platů, možné finanční odměny
- zpětná vazba
- rekvalifikace
- prostředí ve kterém pracovníci vykonávají práci