

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>6</b>
<b>1 KONKURENCIESCHOPNOSŤ</b> .....	<b>9</b>
1.1 ZÁKLADNÉ POJMY .....	9
1.2 KONKURENČNÁ VÝHODA .....	11
1.2.1 Zdroje konkurenčnej výhody .....	11
1.2.2 Podmienky vzniku konkurenčnej výhody .....	11
1.2.3 Analýza konkurenčnej výhody .....	11
1.2.4 Odhalené komparatívne výhody .....	12
1.3 FAKTORY OVPLYVŇUJÚCE KONKURENCIESCHOPNOSŤ .....	13
1.4 VPLYV INOVÁCIÍ NA KONKURENCIASCHOPNOSŤ .....	14
1.4.1 Sedem zdrojov inovačných príležitostí .....	15
1.4.2 Odporúčania pre manažment organizácie .....	16
1.5 MERANIE KONKURENCIESCHOPNOSTI .....	16
1.5.1 Meranie konkurencieschopnosti podľa WEF .....	16
1.6 PORTEROV MODEL KONKURENČNÝCH SÍL .....	18
1.7 KONKURENCIESCHOPNOSŤ STAVEBNÝCH FIRIEM NA SLOVENSKU .....	22
1.7.1 Výdavky na vedu a výskum na Slovensku .....	25
1.7.2 Najväčšie problémy podnikania a konkurenčné nevýhody .....	26
1.7.3 Riadenie ľudských zdrojov .....	29
1.7.3.1 Kaizen .....	29
1.7.3.2 Benchmarking .....	30
1.7.3.3 Euromanažment .....	30
1.7.3.4 Trendy v manažmente ľudských zdrojov .....	31
1.8 LITERATÚRA .....	35
<b>2 MARKETING V STAVEBNÍCTVE</b> .....	<b>37</b>
2.1 ZÁKLADNÉ POJMY .....	37
2.2 FILOZOFIA PODNIKANIA .....	39
2.2.1 Koncepce marketingových aktivít .....	39
2.2.2 Životný cyklus produktu .....	40
2.2.3 Stanovenie cenovej politiky .....	41
2.3 FILOZOFIA NÁKUPNÉHO PROCESU .....	41
2.3.1 Faktory ovplyvňujúce zákazníka .....	41
2.3.2 Typy zákazníkov .....	41

2.4	VLASTNOSTI STAVEBNÍCTVA .....	42
2.5	MARKETINGOVÉ PROSTREDIE V STAVEBNÍCTVE .....	44
2.5.1	Marketingové mikroprostredie v stavebníctve.....	44
2.5.2	Marketingové makroprostredie v stavebníctve.....	45
2.5.3	Marketingový mix v stavebníctve.....	46
2.5.3.1	Prvé P - Produkt .....	46
2.5.3.2	Druhé P - Cena.....	48
2.5.3.3	Tretie P - Miesto .....	49
2.5.3.4	Štvrté P - Propagácia .....	49
2.5.4	Rozhodovací proces v marketingovom systéme .....	50
2.6	LITERATÚRA .....	51
<b>3</b>	<b>SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ PODNIKANIA .....</b>	<b>52</b>
3.1	ZÁKLADNÉ POJMY .....	53
3.2	SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ .....	55
3.3	SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ PODNIKANIA V EURÓPE.....	57
3.3.1	Kontrastné postavenie v Európe .....	58
3.3.1.1	Centrálne a východná Európa .....	58
3.3.2	Opätovné vymedzenie CSR.....	59
3.3.3	História vzniku SZP v Európe .....	59
3.3.4	Vznik SZP na Slovensku .....	60
3.3.5	Dôvody záujmu o spoločensky zodpovedné podnikanie .....	60
3.3.6	Oblasti zodpovedného podnikania.....	62
3.3.7	Výhody zodpovedného podnikania .....	62
3.3.7.1	Výhody zodpovedného podnikania pre firmu.....	63
3.4	MEDZINÁRODNÁ NORMA ISO 26000.....	64
3.4.1	Štandardy spoločenskej zodpovednosti .....	65
3.5	EKONOMICKÁ, SOCIÁLNA A ENVIRONMENTÁLNA ZODPOVEDNOSŤ STAVEBNÝCH FIRIEM .....	66
3.5.1	Návrh koncepcie fungovania stavebnej firmy v podmienkach spoločenskej zodpovednosti.....	69
3.6	10 NÁVRHOV Z OBLASTI CSR NA UPLATNENIE V SEKTORE STAVEBNÍCTVA .....	72
3.7	SPOJENIE MEDZI CSR A ÚSPECHOM V PODNIKANÍ .....	75
3.7.1	Kritériá úspechu v podnikaní.....	76
3.7.1.1	CSR a úspech v podnikaní.....	77

3.8	FILANTROPIA.....	78
3.8.1	Vplyv faktorov na firemnú filantropiu .....	78
3.8.2	Formy firemnej filantropie .....	79
3.8.2.1	Peňažné darcovstvo .....	79
3.8.2.2	Nepeňažné darcovstvo .....	80
3.9	VZDELÁVANIE A SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ .....	80
3.10	LITERATÚRA .....	83