

OBSAH

ÚVOD	9
1 ÚVOD DO PODNIKOVÉHO HOSPODÁRSTVA	11
1.1 Podnikovohospodárska náuka a jej členenie	12
1.2 Definície základných pojmov podnikového hospodárstva	15
1.3 Typológia podnikov	24
Literatúra	29
2 PODNIKOVÝ TRANSFORMAČNÝ PROCES	31
Literatúra	36
3 PODNIKOVÉ VÝROBNÉ FAKTORY	37
3.1 Elementárne podnikové výrobné faktory	40
3.2 Dispozitívne podnikové výrobné faktory	42
3.3 Dodatočné podnikové výrobné faktory	47
3.4 Kombinácia podnikových výrobných faktorov	47
Literatúra	48
4 ĽUDSKÉ ZDROJE PODNIKU	49
4.1 Faktory motivácie k práci	51
4.1.1 Výber pracovníkov	52
4.1.2 Tvorba optimálnych pracovných podmienok	53
4.1.3 Podnikové sociálne služby	58
4.1.4 Mzda, jej funkcie a spôsoby odmeňovania	59
4.1.4.1 Mzdové formy	63
4.2 Hodnotenie pracovníkov a ich výkonov	68
4.3 Produktivita práce	70
Literatúra	73
5 MAJETOK PODNIKU	74
5.1 Klasifikácia majetku	76
5.2 Neobežný majetok	77
5.2.1 Dlhodobý nehmotný majetok	78
5.2.2 Dlhodobý hmotný majetok	83
5.2.3 Dlhodobý finančný majetok	84
5.2.4 Oceňovanie neobežného majetku podniku	85
5.2.5 Opatrebenie neobežného majetku	87
5.2.6 Odpisovanie neobežného majetku	88
5.2.7 Obstaranie dlhodobého nehmotného a hmotného majetku	94
5.2.8 Vyraďovanie dlhodobého nehmotného a hmotného majetku	95
5.2.9 Využívanie dlhodobého nehmotného a hmotného majetku	96
5.3 Obežný majetok	98
5.3.1 Obsahová náplň položiek obežného majetku	98
5.3.2 Kolobeh a obrat obežného majetku	100

5.3.3	Normovanie obežného majetku	100
5.3.3.1	Normatív výrobných zásob	101
5.3.3.2	Normatív nedokončenej výroby	103
5.3.3.3	Normatív hotovej výroby	105
5.3.4	Ukazovatele využitia obežného majetku	106
	Literatúra	109
6	ZÁSOBOVANIE	111
6.1	Podstata a funkcie zásobovania	111
6.2	Obsahová náplň jednotlivých položiek zásob	112
6.3	Nákupný marketingový mix	115
6.3.1	Funkcie a úlohy útvaru nákupu (zásobovania) v podniku	115
6.3.2	Marketingové chápanie nákupu	116
6.3.3	Marketing nákupu	117
6.3.3.1	Úloha marketingu pri nákupe	117
6.3.3.2	Hodnotenie trhovej pozície a výber dodávateľov	119
6.3.3.3	Formalizovanie vzťahov s dodávateľmi	121
6.3.4	Nákupná (zásobovacia) stratégia	122
6.3.4.1	Východiská základných vzťahov v nákupnej (zásobovacej) stratégii	124
6.3.4.2	Obsah nákupnej (zásobovacej) stratégie	126
6.3.4.3	Tvorba nákupnej (zásobovacej) stratégie	127
6.3.5	Plánovanie materiálových vstupov	130
6.3.5.1	Plán materiálových potrieb	131
6.3.5.2	Plán spôsobu obstarania (nákupu)	135
6.3.5.3	Plán prepravy	140
6.3.5.4	Plán skladovania	141
6.3.6	Úlohy a nástroje riadenia zásob	141
6.3.6.1	Moderné prístupy k riadeniu zásob	142
	Literatúra	143
7	VÝROBA	144
7.1	Výrobný proces a jeho členenie	144
7.2	Typy výroby	146
7.2.1	Hromadný typ výroby	147
7.2.2	Sériový typ výroby	147
7.2.3	Kusový typ výroby	148
7.3	Zvyšovanie sériovosti a zhromaďovanie výroby	149
7.3.1	Špecializácia výroby	149
7.3.2	Kooperácia výroby	151
7.3.3	Kombinácia výroby	151
7.3.4	Koncentrácia výroby	152
7.4	Priestorové a časové usporiadanie výroby	152
7.5	Zákonitosti výrobného procesu	154
7.6	Výrobok a jeho tvorba	155
7.7	Výrobný program	157
7.7.1	Tvorba výrobného programu a jeho optimalizácia	159

7.7.2	Vzťahy medzi výrobným programom, výrobným plánom, výrobnou štruktúrou a plánom odbytu	161
7.8	Výrobná kapacita podniku	163
7.8.1	Kapacitné prepočty	164
7.8.2	Využívanie výrobnnej kapacity	169
	Literatúra	171
8	ODBYT	172
8.1	Marketingový výskum a výskum trhu	176
8.2	Marketingové plánovanie	177
8.3	Nástroje odbytu (odbytovej politiky podniku)	178
8.4	Kontrakčná politika	179
8.4.1	Cenová politika podniku	179
8.4.2	Tvorba cien v podniku	181
8.4.2.1	Tvorba cien vo výrobných podnikoch	181
8.4.2.2	Tvorba cien v obchodných podnikoch	188
8.4.2.3	Tvorba cien v podnikoch služieb	190
8.4.3	Ostatné podmienky kontraktačnej politiky	191
8.5	Výrobová (sortimentová) politika	192
8.5.1	Sledovanie životného cyklu výrobkov	192
8.6	Komunikačná politika	194
8.7	Distribučná politika	198
8.7.1	Odbytové cesty	198
8.7.2	Odbytová logistika	201
	Literatúra	202
9	NÁKLADY PODNIKU	203
9.1	Vznik nákladov	204
9.1.1	Manažérske rozhodovanie o vstupe do zvoleného odboru podnikania ..	205
9.1.2	Manažérske rozhodovanie v transformačnom procese	206
9.2	Klasifikácia nákladov	207
9.2.1	Členenie nákladov na vstupe do transformačného procesu	207
9.2.2	Členenie nákladov v priebehu transformačného procesu	209
9.2.3	Členenie nákladov na výstupe z transformačného procesu	212
9.2.4	Závislosť nákladov od objemu výkonov	214
9.2.4.1	Variabilné náklady	215
9.2.4.2	Fixné náklady	216
9.2.4.3	Metódy výpočtu fixných a variabilných nákladov	218
9.2.4.4	Stanovenie nulového bodu	221
9.3	Ukazovatele hodnotenia nákladov	223
9.3.1	Ukazovatele charakterizujúce úroveň nákladov	223
9.3.2	Ukazovatele efektívnosti nákladov	225
	Literatúra	227
10	FINANČNÉ HOSPODÁRSTVO PODNIKU	228
10.1	Podstata a úlohy finančného hospodárstva	228
10.2	Majetková a kapitálová štruktúra podniku	230
10.3	Výnosy, náklady, výsledok hospodárenia	235

10.4	Peňažné toky v podniku – cash flow	237
10.5	Finančné ciele podniku	239
10.6	Finančné plánovanie	240
10.7	Základné prepočty finančného hospodárstva	242
10.7.1	Pomerové ukazovatele a komparatívna analýza	243
10.7.2	Spôsoby vyhodnocovania hodnôt ukazovateľov	247
	Literatúra	248
11	OHODNOCOVANIE PODNIKU	249
11.1	Podnik ako tovar	249
11.2	Podstata hodnoty podniku	250
11.3	Postup ohodnocovania podniku	255
11.4	Metódy ohodnocovania podniku	258
11.5	Ohodnocovanie zložiek majetku	260
	Literatúra	261