

OBSAH

ÚVOD	7
1 ÚVOD DO PODNIKOVÉHO HOSPODÁRSTVA	9
1.1 Podnikovohospodárska náuka a jej členenie	10
1.2 Definície základných pojmov podnikového hospodárstva	14
1.3 Typológia podnikov.....	22
2 PODNIKOVÝ TRANSFORMAČNÝ PROCES	29
3 PODNIKOVÉ PRODUKČNÉ (VÝROBNÉ) FAKTORY	35
3.1 Systematizácia produkčných (výrobných) faktorov.....	36
3.2 Elementárne podnikové výrobné faktory.....	38
3.3 Dispozitívne podnikové výrobné faktory.....	40
3.4 Dodatočné podnikové výrobné faktory	46
3.5 Kombinácia podnikových výrobných faktorov	46
4 ĽUDSKÉ ZDROJE PODNIKU	48
4.1 Faktory motivácie k práci.....	49
4.1.1 Výber pracovníkov.....	50
4.1.2 Tvorba optimálnych pracovných podmienok	51
4.1.3 Podnikové sociálne služby.....	56
4.1.4 Spôsoby odmeňovania a výška mzdy.....	57
4.1.4.1 Mzdové formy	62
4.2 Hodnotenie pracovníkov a ich výkonov	68
4.3 Produktivita práce	70
5 MAJETOK PODNIKU	74
5.1 Klasifikácia majetku.....	77
5.2 Neobežný majetok.....	78
5.2.1 Dlhodobý nehmotný majetok	79
5.2.2 Dlhodobý hmotný majetok.....	84
5.2.3 Dlhodobý finančný majetok.....	85
5.2.4 Oceňovanie neobežného majetku podniku	86
5.2.5 Opatrebovanie neobežného majetku	88
5.2.6 Odpisovanie neobežného majetku.....	90
5.2.7 Obstaranie dlhodobého hmotného a nehmotného majetku.....	98
5.2.8 Vyradovanie dlhodobého hmotného a nehmotného majetku.....	100
5.2.9 Využívanie dlhodobého hmotného a nehmotného majetku	100

5.3	Obežný majetok	102
5.3.1	Obsahová náplň položiek obežného majetku	103
5.3.2	Kolobeh a obrat obežného majetku	105
5.3.3	Normovanie obežného majetku.....	106
5.3.3.1	Normatív výrobných zásob	106
5.3.3.2	Normatív nedokončenej výroby.....	108
5.3.3.3	Normatív hotovej výroby.....	110
5.3.4	Ukazovatele využitia obežného majetku.....	112
6	NÁKUP MATERIÁLOVÝCH VSTUPOV.....	117
6.1	Podstata a úlohy zásob	118
6.2	Obsahová náplň jednotlivých položiek zásob	118
6.3	Nákupný marketingový mix	121
6.3.1	Funkcie a úlohy útvaru nákupu (zásobovania) v podniku	121
6.3.2	Marketingové chápanie nákupu.....	123
6.3.3	Marketing nákupu.....	123
6.3.3.1	Úloha marketingu pri nákupe.....	123
6.3.3.2	Hodnotenie trhovej pozície a výber dodávateľov	125
6.3.3.3	Formalizovanie vzťahov s dodávateľmi	128
6.3.4	Nákupná (zásobovacia) stratégia	129
6.3.4.1	Východiská základných vzťahov v nákupnej (zásobovacej) stratégii	130
6.3.4.2	Obsah nákupnej (zásobovacej) stratégie	133
6.3.5	Plánovanie materiálových vstupov	136
6.3.5.1	Bilancovanie potrieb materiálových zásob	137
6.3.5.2	Určovanie potrieb materiálových vstupov.....	137
6.3.6	Objednávanie materiálu a riadenie zásob	140
6.3.6.1	Určovanie objemu dodávky	142
6.3.6.2	Optimalizácia zásob	143
6.3.7	Podstata, úlohy a nástroje riadenia zásob materiálových vstupov	146
6.3.7.1	Moderné prístupy k riadeniu zásob	147
7	PRODUKČNÁ ČINNOSŤ PODNIKU.....	149
7.1	Charakteristika produkčnej činnosti podniku	150
7.2	Výrobný proces, jeho zákonitosti a jeho členenie.....	151
7.3	Typy výroby.....	153
7.3.1	Hromadný typ výroby.....	154
7.3.2	Sériový typ výroby.....	154
7.3.3	Kusový typ výroby.....	155
7.3	Výrobný program	156
7.3.1	Determinujúce faktory	156
7.3.2	Tvorba výrobného programu a jeho optimalizácia	157
7.4	Výrobný plán.....	159
7.5	Výrobná kapacita podniku.....	160
7.5.1	Kapacitné prepočty.....	163
7.5.2	Využívanie výrobnéj kapacity	169

8	PREDAJ PRODUKTOV	173
8.1	Podstata, činnosti predaja a úlohy predaja.....	174
8.2	Teórie predaja	175
8.3	Produktová politika ako nástroj predaja produktov	178
8.4	Kontraktačná politika ako nástroj predaja produktov	183
8.4.1	Cenová politika podniku ako súčasť kontraktačnej politiky	183
8.4.1.1	Tvorba cien vo výrobných podnikoch.....	185
8.4.1.2	Tvorba cien v obchodných podnikoch.....	192
8.4.1.3	Tvorba cien v podnikoch služieb	193
8.4.2	Politika ďalších obchodných podmienok ako súčasť kontraktačnej politiky.....	194
8.5	Komunikačná politika ako nástroj predaja produktov	195
8.6	Distribučná politika ako nástroj predaja produktov	199
8.6.1	Odbytové cesty.....	200
8.6.2	Odbytová logistika	202
8.7	Marketing.....	203
8.7.1	Marketingový výskum a výskum trhu.....	205
8.7.2	Marketingové plánovanie	206
9	NÁKLADY PODNIKU	208
9.1	Význam, podstata a vznik nákladov	209
9.2	Klasifikácia nákladov	212
9.2.1	Druhovú členenie nákladov	212
9.2.2	Kalkulačné členenie nákladov.....	213
9.2.3	Členenie nákladov v závislosti od objemu produkcie	216
9.2.4	Členenie nákladov v manažérskom rozhodovaní.....	220
9.3	Stanovenie fixných nákladov	221
9.3.1	Nákladové funkcie.....	221
9.3.2	Výpočet fixných nákladov s využitím nákladových funkcií.....	222
9.4	Hodnotenie využitia fixných nákladov	225
9.5	Analýza nulového bodu	226
9.6	Ukazovatele hodnotenia nákladov.....	228
9.6.1	Ukazovatele charakterizujúce úroveň nákladov	229
9.6.2	Ukazovatele efektívnosti nákladov	230
10	FINANČNÉ HOSPODÁRSTVO PODNIKU	232
10.1	Podstata a úlohy finančného hospodárstva	233
10.2	Majetková, finančná a kapitálová štruktúra podniku	235
10.3	Výnosy, náklady, výsledok hospodárenia	241
10.4	Peňažné toky v podniku – cash flows	244
10.5	Finančné ciele podniku.....	247
10.6	Finančné plánovanie	248
10.7	Základné prepočty finančného hospodárstva.....	250
10.7.1	Pomerové ukazovatele a komparatívna analýza.....	251
10.7.2	Spôsoby vyhodnocovania hodnôt ukazovateľov.....	255

11 OHODNOCOVANIE PODNIKU.....	257
11.1 Podnik ako tovar.....	258
11.2 Podstata hodnoty podniku.....	259
11.3 Postup ohodnocovania podniku.....	264
11.4 Metódy ohodnotenia	267
11.5 Ohodnocovanie zložiek majetku	269