

# OBSAH

---

ÚVOD.....	7
<b>1 ÚVOD DO PODNIKOVÉHO HOSPODÁRSTVA.....</b>	<b>9</b>
1.1 Podnikovohospodárska náuka a jej členenie.....	10
1.2 Definície základných pojmov podnikového hospodárstva.....	14
1.3 Typológia podnikov.....	22
<b>2 PODNIKOVÝ TRANSFORMAČNÝ PROCES.....</b>	<b>29</b>
<b>3 PODNIKOVÉ PRODUKČNÉ (VÝROBNÉ) FAKTORY.....</b>	<b>35</b>
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
<b>4 ĽUDSKÉ ZDROJE PODNIKU.....</b>	<b>48</b>
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
<b>5 MAJETOK PODNIKU.....</b>	<b>74</b>
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 Opotrebovanie neobežného majetku.....	88
5.2.6 Odpisovanie neobežného majetku.....	90
5.2.7 Obstaranie dlhodobého hmotného a nehmotného majetku.....	98
5.2.8 Vyraďovanie 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
<b>6</b>	<b>NÁKUP MATERIÁLOVÝCH VSTUPOV</b> .....	<b>117</b>
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
<b>7</b>	<b>PRODUKČNÁ ČINNOSŤ PODNIKU</b> .....	<b>149</b>
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 výrobných kapacít .....	169

<b>8</b>	<b>PREDAJ PRODUKTOV</b> .....	<b>173</b>
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	Kontrakčná politika ako nástroj predaja produktov .....	183
8.4.1	Cenová politika podniku ako súčasť kontrakčnej 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 kontrakčnej 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
<b>9</b>	<b>NÁKLADY PODNIKU</b> .....	<b>208</b>
9.1	Význam, podstata a vznik nákladov .....	209
9.2	Klasifikácia nákladov .....	212
9.2.1	Druhové 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
<b>10</b>	<b>FINANČNÉ HOSPODÁRSTVO PODNIKU</b> .....	<b>232</b>
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

---

<b>11 OHODNOCOVANIE PODNIKU.....</b>	<b>257</b>
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