

OBSAH

ÚVOD	11
I. PODNIK AKO SUBJEKT PODNIKANIA	15
1 Podnikanie a podnik	17
1.1 Charakteristika podnikania	17
1.2 Podstata podniku	22
2 Podnik – systém s cieľovým správaním	28
2.1 Ciele: východisko činnosti a prosperity podniku	28
2.2 Klasifikácia a druhy cieľov podniku	34
3 Životný cyklus podniku	41
3.1 Podstata a fázy životného cyklu podniku	41
3.2 Zakladanie a vznik podniku	43
3.3 Rast a dospelosť podniku	48
3.4 Kríza, ozdravenie a zánik podniku	52
4 Okolie podniku	58
4.1 Podstata a prvky okolia podniku	58
4.2 Vertikálne a horizontálne vzťahy podniku s okolím a spoločenská zodpovednosť podniku	61
4.3 Zmeny okolia pôsobiace na podnik a tendencie jeho vývoja v novej ére civilizácie (v postindustriálnej spoločnosti)	66
4.3.1 Zmeny okolia pôsobiace na podnik	66
4.3.2 Tendencie vývoja podniku v novej ére civilizácie (v postindustriálnej spoločnosti)	68
II. TYPOLÓGIA PODNIKOV A ICH ZDRUŽOVANIE	77
1 Hľadiská (kritériá) klasifikácie podnikov	79
2 Podniky podľa charakteru výsledku a príslušnosti k hospodárskemu sektoru a odvetviu	80
2.1 Podniky podľa finálneho výsledku (predmetu činnosti)	80
2.2 Podniky podľa hospodárskych sektorov	81
2.3 Podniky podľa ekonomických činností (odvetví)	85
3 Podniky podľa technicko-organizačných osobitostí	88
3.1 Koncentrácia činností v podniku	89

3.2	Typ výroby v podniku	89
3.3	Špecializácia podniku	90
3.4	Podniky podľa primárnosti výrobného faktora	91
4	Veľkosť podnikov	92
4.1	Kategorizácia podnikov podľa veľkosti a ich štruktúra	92
4.1.1	Katégorie podnikov podľa veľkosti	92
4.1.2	Veľkostná štruktúra podnikov	94
4.2	Malé podniky	96
4.2.1	Význam a druhy malých podnikov	96
4.2.2	Výhody a problémy malých podnikov	97
5	Vlastníctvo a právne formy podnikov	100
5.1	Podniky podľa vlastníctva	100
5.2	Podstata a klasifikácia právnych foriem súkromných podnikov	102
5.3	Podnik jednotlivca (živnosť)	106
5.4	Verejná obchodná spoločnosť	108
5.5	Komanditná spoločnosť	110
5.6	Spoločnosť s ručením obmedzeným	112
5.7	Akciová spoločnosť	116
5.8	Družstvo	121
6	Združovanie (integrácia) podnikov	125
6.1	Podstata, kritériá a druhy združovania podnikov	125
6.2	Formy združení na základe kooperácie (podľa dohody) podnikov	128
6.3	Formy združení na základe koncentrácie (kapitálových vzťahov) podnikov	132
6.4	Formy internacionalizácie podnikania a nadnárodné podniky	137
III. VÝROBNÉ FAKTORY PODNIKU		143
1	Druhy a úloha výrobných faktorov	145
2	Ľudské zdroje podniku	148
2.1	Populačný vývoj, reprodukcia a štruktúra ľudských zdrojov	148
2.2	Produktivita práce	150
2.3	Systém odmeňovania pracovníkov	154
2.3.1	Zložky systému odmeňovania	156
2.3.2	Mzdový systém podniku	157
2.3.3	Základné a doplnkové mzdové formy	158
2.3.4	Zamestnanecké výhody	162
2.3.5	Hodnotenie práce	163
3	Dlhodobý majetok podniku	165
3.1	Podstata, klasifikácia a oceňovanie	165

3.1.1	Pojem a klasifikácia	165
3.1.2	Oceňovanie dlhodobého majetku	167
3.2	Opotrebenie a odpisovanie dlhodobého majetku	169
3.2.1	Opotrebenie dlhodobého majetku	169
3.2.2	Odpisovanie dlhodobého majetku	171
3.3	Využívanie, udržiavanie a opravovanie dlhodobého majetku	179
3.3.1	Využívanie dlhodobého majetku	179
3.3.2	Udržiavanie a opravovanie dlhodobého majetku	181
4	Obežný majetok podniku	182
4.1	Podstata, členenie a kolobeh	182
4.2	Normovanie obežného majetku	184
4.2.1	Normatív výrobných zásob	185
4.2.2	Normatív nedokončenej výroby	186
4.2.3	Normatív hotovej výroby	188
4.3	Využívanie obežného majetku	189
IV.	PODNIKOVÉ ČINNOSTI	193
1	Transformačný proces podniku	195
2	Nákup v podniku	197
2.1	Nákup ako základná podniková funkcia	197
2.2	Marketing nákupu	199
2.2.1	Strategické aspekty marketingu nákupu	200
2.2.2	Operatívne aspekty marketingu nákupu	201
3	Výroba a služby v podniku	205
3.1	Výroba v podniku	205
3.1.1	Výrobný proces, zvyšovanie sériovosti a zhromaďovanie výroby	205
3.1.2	Výrobný program, plán výroby a výrobná kapacita	209
3.2	Služby podniku	216
4	Predaj v podniku	218
4.1	Teoretické prístupy k problematike predaja, jeho úlohám a nástrojom	218
4.2	Vybrané rozdiely v predaji spotrebiteľom a organizáciám	221
4.3	Koncepcia predaja	224
4.4	Manažment zákazníkov	225
4.5	Distribučná politika ako súčasť predajnej politiky	227
4.5.1	Logistika v procese distribúcie	228
5	Inovácie a inovačný proces podniku	230
5.1	Charakteristika inovácií a inovačného procesu	230
5.1.1	Podstata a úloha inovácií v podniku	230

5.1.2	Typy inovácií	233
5.1.3	Vymedzenie inovačného procesu.	236
5.2	Riadenie inovačného procesu	237
5.2.1	Model inovačného procesu	237
5.2.2	Prieskum a výber informácií.	239
5.2.3	Získavanie znalostí pre inovácie	241
5.2.4	Realizácia inovačného projektu	242
5.2.5	Uvedenie na trh	243
5.3	Podnik zameraný na inovácie	244
5.3.1	Voľba inovačnej stratégie	244
5.3.2	Metódy riadenia portfólia podniku	245
5.3.3	Rozsah a kvalita zamerania podniku na inovácie.	246

V. NÁKLADY A CENY PODNIKU 251

1	Náklady podniku	253
1.1	Charakteristika nákladov podniku	253
1.2	Klasifikácia nákladov	254
1.2.1	Druhovú členenie nákladov.	254
1.2.2	Členenie nákladov podľa kalkulačného vzorca (kalkulačné členenie nákladov)	255
1.2.3	Členenie nákladov podľa závislosti od objemu výkonov.	257
1.3	Kalkulácie nákladov	262
1.3.1	Druhy kalkulácií nákladov podľa času.	262
1.3.2	Metódy kalkulácie nákladov.	263
2	Ceny podniku	265
2.1	Prístupy k rozhodovaniu o cenách v podnikaní a ich charakteristika.	265
2.2	Funkcie cien v podnikaní	267
2.3	Trhové ceny ako východisko rozhodovania pri stanovení cien v podniku	268
2.4	Cenové aktivity podniku – predpoklad optimálnych cien produktov	269
2.5	Dopyt a ponuka	270
2.5.1	Dopyt a jeho vplyv na cenu výrobkov a služieb.	270
2.5.2	Pružnosť dopytu	271
2.5.3	Ponuka a jej vplyv na ceny	272
2.5.4	Ďalšie faktory pôsobiace na ponuku výrobkov (služieb).	272
2.5.5	Vplyv ponuky na dopyt a cenu	272
2.6	Teória a prax podnikových cenových stratégií.	273
2.6.1	Cenová stratégia a jej podstata	273
2.6.2	Východiská cenovej stratégie	274
2.6.3	Základné cenové stratégie	275

2.6.4	Cenové adaptačné stratégie	277
2.7	Metódy tvorby trhových cien	281
2.7.1	Tvorba cien pomocou cenovej prirážky	281
2.7.2	Tvorba cien pomocou cieľovej návratnosti	282
2.7.3	Tvorba cien pomocou vnímanej hodnoty	283
2.7.4	Tvorba ceny pomocou bežných cien	283
2.7.5	Tvorba ceny pomocou cenových ponúk	284
2.7.6	Hodnotová tvorba cien	285
2.7.7	Ďalšie okolnosti spojené s tvorbou cien	286
2.8	Dohodovanie trhovej ceny pri uzatváraní obchodu	287
2.8.1	Podstata a zmysel dohody o cene	287
2.8.2	Formy dohody o cene	287
2.8.3	Obsah dohody o cene	288
2.9	Ceny na európskom trhu ako nástroj zlepšenia podnikového hospodárstva	291
2.9.1	Význam a úloha ceny na európskom trhu	291
2.9.2	Globálne marketingové stratégie a miestne špecifické podmienky európskych krajín	293
2.9.3	Možnosti adaptácie produktu na európsky trh	294
VI.	FINANCIE PODNIKU	301
1	Obsah a úlohy financií podniku	303
2	Finančná štruktúra podniku	309
3	Finančná politika podniku	316
3.1	Finančné ciele podniku	316
3.2	Opatrenia na dosahovanie finančných cieľov	320
4	Základné princípy finančného rozhodovania podnikov	322
4.1	Peňažné prúdy v podniku	322
4.2	Časová hodnota peňazí	324
4.3	Finančné riziká podniku	329
4.4	Požadovaná miera výnosu	333
4.5	Náklady alternatívnych príležitostí	334
5	Výsledok hospodárenia podniku a jeho rozdeľovanie	335
6	Finančné plánovanie podniku	339
7	Finančná analýza a kontrola	343
	LITERATÚRA	349