

OBSAH

1. VÝNOSY, NÁKLADY, HOSPODÁŘSKÝ VÝSLEDEK	9
1.1 VÝNOSY A TRŽBY	9
1.1.1 VÝNOSY PODNIKU	9
1.1.2 TRŽBY	10
1.2 POJETÍ NÁKLADŮ A JEJICH KLASIFIKACE	11
1.2.1 POJETÍ NÁKLADŮ	11
1.2.2 NÁKLADY VERSUS VÝDAJE	12
1.2.3 KLASIFIKACE NÁKLADŮ	13
1.2.3.1 Třídění nákladů ve výkazu zisků a ztrát	13
1.2.3.2 Druhové členění nákladů	15
1.2.3.3 Účelové členění nákladů	16
1.2.3.4 Členění nákladů v manažerském účetnictví	18
1.3 HOSPODÁŘSKÝ VÝSLEDEK	27
 2. MODELOVÁNÍ NÁKLADŮ	33
2.1 PODSTATA MODELOVÁNÍ NÁKLADŮ	33
2.2 NÁKLADOVÉ FUNKCE	34
2.2.1 KRÁTKODOBÉ NÁKLADOVÉ FUNKCE	35
2.2.2 DLOUHODOBÉ NÁKLADOVÉ FUNKCE	35
2.3 STANOVENÍ PARAMETRŮ NÁKLADOVÝCH FUNKCÍ	36
2.3.1 KLASIFIKAČNÍ ANALÝZA	38
2.3.2 METODA DVOU OBDOBÍ	39
2.3.3 GRAFICKÁ METODA	40
2.3.4 METODA REGRESNÍ A KORELAČNÍ ANALÝZY	41
 3. ANALÝZA VZTAHŮ MEZI ZÁKLADNÍMI EKONOMICKÝMI VELIČINAMI PODNIKU	45
3.1 STANOVENÍ BODU ZVRATU	45
3.2 STANOVENÍ BODU MAXIMÁLNÍHO ZISKU	51
3.3 PROVOZNÍ PÁKA	53
3.4 LIMITY VARIABILNÍCH A FIXNÍCH NÁKLADŮ A LIMIT CENY	54
3.4.1 LIMIT VARIABILNÍCH NÁKLADŮ	54
3.4.2 LIMIT FIXNÍCH NÁKLADŮ	56
3.4.3 MINIMÁLNÍ VÝŠE CENY	56
3.4.4 VÝBĚR OPTIMÁLNÍ VARIANTY	58
 4. NÁSTROJE ŘÍZENÍ NÁKLADŮ	61
4.1 KALKULACE NÁKLADŮ	63
4.1.1 ZPŮSOB STANOVENÍ VLASTNÍCH NÁKLADŮ NA KALKULAČNÍ JEDNICI	66
4.1.2 METODY KALKULACE	68

4.1.3	DRUHY KALKULACÍ	77
4.2	ROZPOČTY	79
4.3	PLÁNOVÁNÍ NÁKLADŮ	81
4.4	TECHNICKOHOSPODÁŘSKÉ NORMY	82

5. CENOVÁ POLITIKA PODNIKU85

5.1	CENOVÁ POLITIKA - STANOVENÍ CÍLŮ	85
5.2	NÁSTROJE PRAKTICKÉ CENOVÉ POLITIKY	88
5.3	CENOVÝ MECHANISMUS A JEHO FUNKCE	89
5.3.1	POJETÍ CENY V EKONOMICKÉ TEORII	89
5.3.2	STANOVENÍ CENY NOVÉHO VÝROBKU	90
5.3.3	STANOVENÍ CÍLE PODNIKU A JEHO CENOVÉ POLITIKY PRO URČITÝ VÝROBEK	90
5.3.4	URČENÍ POPTÁVKY	90
5.3.5	URČENÍ NÁKLADŮ	93
5.3.6	ANALÝZA CEN A NABÍDEK KONKURENCE	94
5.3.7	METODY STANOVENÍ CENY	95
5.3.7.1	Nákladově orientovaná tvorba cen	96
5.3.7.2	Poptávkově orientovaná tvorba cen	97
5.3.7.3	Konkurenčně orientovaná tvorba cen	99
5.3.7.4	Zvláštní případy stanovení ceny	100
5.3.8	OSTATNÍ NÁSTROJE CENOVÉ POLITIKY	102

6. ZÁKLADY FINANČNÍHO ŘÍZENÍ PODNIKU105

6.1	CÍLE FINANČNÍHO ŘÍZENÍ PODNIKU	105
6.2	FAKTORY FINANČNÍHO ŘÍZENÍ	108
6.3	ŘÍZENÍ PRACOVNÍHO KAPITÁLU	110
6.3.1	URČENÍ VÝŠE OBĚŽNÝCH AKTIV	111
6.3.2	URČENÍ ZPŮSOBU FINANCOVÁNÍ OBĚŽNÉHO MAJETKU	113
6.4	CASH FLOW	114
6.4.1	METODY SESTAVENÍ VÝKAZU CASH FLOW	114
6.5	ZÁKLADY FINANČNÍ ANALÝZY	118
6.5.1	UKAZATELE LIKVIDITY	120
6.5.2	UKAZATELE AKTIVITY	121
6.5.3	UKAZATELE ZADLUŽENOSTI	122
6.5.4	UKAZATELE RENTABILITY (ZISKOVOSTI, VÝNOSNOSTI)	123
6.5.5	UKAZATELE TRŽNÍ HODNOTY PODNIKU	125

7. INVESTIČNÍ ČINNOST PODNIKU129

7.1	POJETÍ INVESTIC	129
7.2	KLASIFIKACE INVESTIC A INVESTIČNÍCH PROJEKTŮ	130
7.3	SPECIFIKA INVESTIČNÍHO ROZHODOVÁNÍ	132
7.4	ZDROJE FINANCOVÁNÍ INVESTIC	133
7.4.1	INTERNÍ ZDROJE FINANCOVÁNÍ INVESTIC	133
7.4.2	EXTERNÍ ZDROJE FINANCOVÁNÍ INVESTIC	134

7.4.3	OSTATNÍ ZDROJE FINANCOVÁNÍ INVESTIC	135
7.5	PŘÍPRAVA A REALIZACE INVESTIČNÍHO PROJEKTU	135
7.5.1	PŘEDINVESTIČNÍ FÁZE	135
7.5.2	INVESTIČNÍ FÁZE	137
7.5.3	PROVOZNÍ FÁZE	138
7.6	HODNOCENÍ INVESTIČNÍCH PROJEKTŮ	138
7.7	METODY HODNOCENÍ EFEKTIVNOSTI INVESTIC	140
7.7.1	METODA VÝNOSNOSTI INVESTIC	141
7.7.2	DOBA NÁVRATNOSTI INVESTICE	141
7.7.3	ČISTÁ SOUČASNÁ HODNOTA	142
7.7.4	VNITŘNÍ VÝNOSOVÉ PROCENTO	142
7.7.5	INDEX RENTABILITY	143
8.	VÝROBNÍ ČINNOST PODNIKU	147
8.1	VYMEZENÍ POJMU VÝROBA	147
8.2	ZÁKLADNÍ OTÁZKY VÝROBCE	150
8.3	PRODUKČNÍ FUNKCE	151
8.4	ŘÍZENÍ A PLÁNOVÁNÍ VÝROBY	152
8.4.1	PLÁNOVÁNÍ VÝROBNÍHO PROGRAMU	152
8.4.2	PLÁNOVÁNÍ VÝROBNÍHO PROCESU	153
8.4.3	OPERATIVNÍ ŘÍZENÍ VÝROBY	154
8.5	VÝROBNÍ KAPACITA	157
8.5.1	VÝPOČET VÝROBNÍ KAPACITY	158
9.	NÁKUPNÍ ČINNOST PODNIKU	163
9.1	VÝVOJ NÁZORŮ NA OBSAH NÁKUPU	163
9.2	FUNKCE A ÚLOHY NÁKUPU	164
9.3	ŘÍZENÍ ZÁSOB	169
9.3.1	ÚVOD DO ŘÍZENÍ ZÁSOB	169
9.3.2	OPTIMALIZACE ZÁSOB	171
9.3.2.1	Bilancování materiálových potřeb	171
9.3.2.2	Optimální velikost dodávky	172
9.3.2.3	Bod objednávky (signální hladina zásob)	173
9.3.3	NORMY ZÁSOB	175
9.3.4	HODNOCENÍ ÚROVNĚ ŘÍZENÍ ZÁSOB	175
10.	PRODEJNÍ ČINNOST PODNIKU	181
10.1	PŘEDMĚT A OBSAH PRODEJE	181
10.1.1	MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE	183
10.2	TVORBA STRATEGIE A PLÁNOVÁNÍ PRODEJE	184
10.3	ORGANIZAČNÍ ZAČLENĚNÍ PRODEJNÍCH ČINNOSTÍ	186
10.4	DISTRIBUČNÍ CESTY (KANÁLY)	187
11.	LITERATURA	193