

Ing. Karla Foltisová

Nauka o podniku ~ 12. seminář



**SILESIA
UNIVERSITY**

**SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA**



Tři pojmy na úvod: Výkony, výnosy, příjmy

- **Výkon:** výsledek podnikatelské činnosti podniku
- **Výnos:** peněžní ocenění všech výkonů
- **Příjem:** vše, co máme skutečně jako příjem v pokladně nebo na bankovním účtu v podniku



Složky výnosů:

- 1. Provozní výnosy:** nejčastěji to jsou tržby z prodeje našich výrobků nebo z poskytování našich služeb – kadeřník, zednické služby, finanční poradce, prodej oblečení, knih ...
- 2. Finanční výnosy:** výsledek z našich firemních investic, výnos z cenných papírů, vkladů ...
- 3. Mimořádné výnosy:** například přecházíme na nové výrobní stroje a staré odprodáme konkurenci nebo firemní nábytek rozprodáme našim zaměstnancům, protože revitalizujeme podnikové prostory novým nábytkem.



Co ovlivňuje tržby?

- **Q** ... objem produkce / objem poskytnutých služeb
- **p** ... prodejní cena 1 kusu / 1 služby
- **Struktura sortimentu našich výrobků / služeb** ... co všechno prodáváme a nabízíme

$$\text{Tržby} = p * Q$$



Prodejní činnost

- Umět vyrobit výrobek (poskytnout službu) pro další existenci nestačí - podnik musí být schopen své výrobky (služby) prodat zákazníkům.
- Ukončení toku materiálu podnikem.
- Prodejní činnost je náplní prodejního (odbytového) oddělení.
- **Prodejní cena musí:**
 - o pokrýt veškeré podnikové náklady,
 - o umožnit podniku další rozvoj.

Prodejní činnost



SILESIA
UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

- **Aktivity před prodejem**

- ze strany prodávajícího** → převod vlastnického práva pro užívání na kupujícího (dobře si lze situaci představit při prodeji auta).
- ze strany kupujícího** → závazek uhradit kupní cenu.

- **Prodej**

- tvorba strategie a plánování prodeje,
- příjem zakázek a zakázkové řízení,
- analýza prodeje,
- fyzická distribuce,
- řízení zásob hotových výrobků a jejich skladování,
- balení a adjustace (*nastavení, příprava, přizpůsobení*),
- předání příkazu k fakturaci.



Obchodní plán

- Základní nástroj pro řízení obchodní činnosti podniku.
- **Sestavení obvykle probíhá v těchto etapách:**
 - tržní diagnóza,
 - tržní prognóza,
 - plánování cílů,
 - plánování marketingového mixu,
 - plánování logistických činností,
 - sestavení rozpočtu.



Marketing a jeho techniky

- Proces orientovaný na zákazníky.
- Cíle marketingu musí být v souladu s celopodnikovými cíli.

Cíle marketingu:

- Rozpoznat zákaznickovy budoucí potřeby,
- pochopit zákaznickovy potřeby,
- uspokojit zákaznickovy potřeby a přeměnit je na zisk.



Marketing a jeho techniky

Co sledují marketéři?

- vývoj okolního prostředí firmy,
- účastníky daného trhu a míru jejich vlivu na podnikatelské aktivity daného podniku,
- vnitřní možnosti podniku.

Marketingový mix (4P) = soubor marketingových nástrojů pro dosažení cílů.

4P = Product, Place, Price, Promotion

4P = Produkt, Místo, Cena, Propagace.

Logistika



**SILESIAN
UNIVERSITY**
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

- Vědní disciplína, která se zabývá řízením materiálového toku od místa vzniku do místa spotřeby včetně řízení toku potřebných informací.
- Uvnitř podniku spjata s každou jeho funkční oblastí.
- V prodeji zabezpečuje dobrou dostupnost produktů, spolehlivé služby a efektivní provoz.
- Je zodpovědná za poskytování zákaznického servisu na úrovni očekávané zákazníkem.
- **Co vše také spadá pod logistiku?** Vyřizování objednávek, balení, doprava, skladování, zákaznický servis.

Logistika



**SILESIAN
UNIVERSITY**
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

Distribuční kanál je souhrn organizačních jednotek, institucí či agentur realizujících distribuci. Dělíme jej na přímý a nepřímý kanál.

Přímý kanál

- přímý prodej výrobce uživateli produktu,
- distribuce pod kontrolou výrobce,
- vysoké náklady na distribuci.

Nepřímý kanál

- mezi výrobcem a uživatelem stojí externí instituce a prostředníci (dopravci, veřejné sklady, velkoobchodní a maloobchodní firmy),
- přesun značné části nákladů a rizik na prostředníka,
- nižší tržby za prodané zboží pro výrobce.



Ukázka na příkladu

Podnik produkuje ročně 120 000 kusů výrobku A s náklady 150,- Kč na kus.

Dosud prodával své produkty **velkoobchodu** (s odběrem v podniku) za cenu 190, Kč/ks.

Svou celkovou produkci by ale také mohl prodávat **maloobchodníkům** za cenu 220,- Kč/ks. V tom případě by ale musel nést přepravní náklady v částce 33,- Kč/ks a náklady spojené s činností dvou obchodních cestujících (+ automobil) v celkové výši 700 000,- Kč/rok.

Kterou odbytovou cestu by měl podnik zvolit?



Ukázka na příkladu

Velkoobchod VH =

$$(120\ 000 \times 190) - (120\ 000 \times 150) = 22\ 800\ 000 - 18\ 000\ 000 = 4\ 800\ 000 \text{ Kč}$$

Maloobchod VH

$$(120\ 000 \times 220) - [(120\ 000 \times 150) + (120\ 000 \times 33) + 700\ 000] = \\ = 26\ 400\ 000 - 22\ 660\ 000 = 3\ 740\ 000 \text{ Kč}$$

$$VH_{VO} - VH_{MO} = 4\ 800\ 000 - 3\ 740\ 000 = 1\ 060\ 000 \text{ Kč více VO.}$$

Podnik vydělá více při prodeji do velkoobchodu, proto by měl svou odbytovou cestu ponechat takovou, jaká je.



Organizační výstavba podniku a její vliv na podnikové řízení

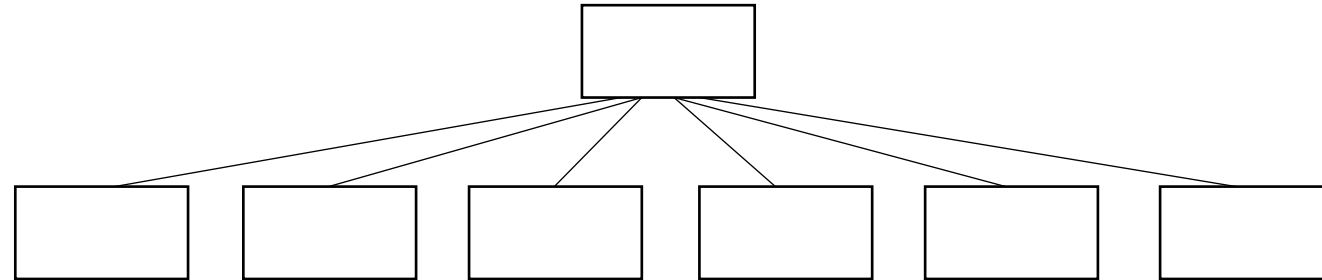
- **Organizování** = stanovení činností lidí ve smyslu dělby práce, které povede k dosažení podnikových cílů.
- **Cíl:** vytvořit vhodné pracovní prostředí tak, aby se zefektivnil nejen výrobní proces, ale také i náklady.

Činnosti organizování:

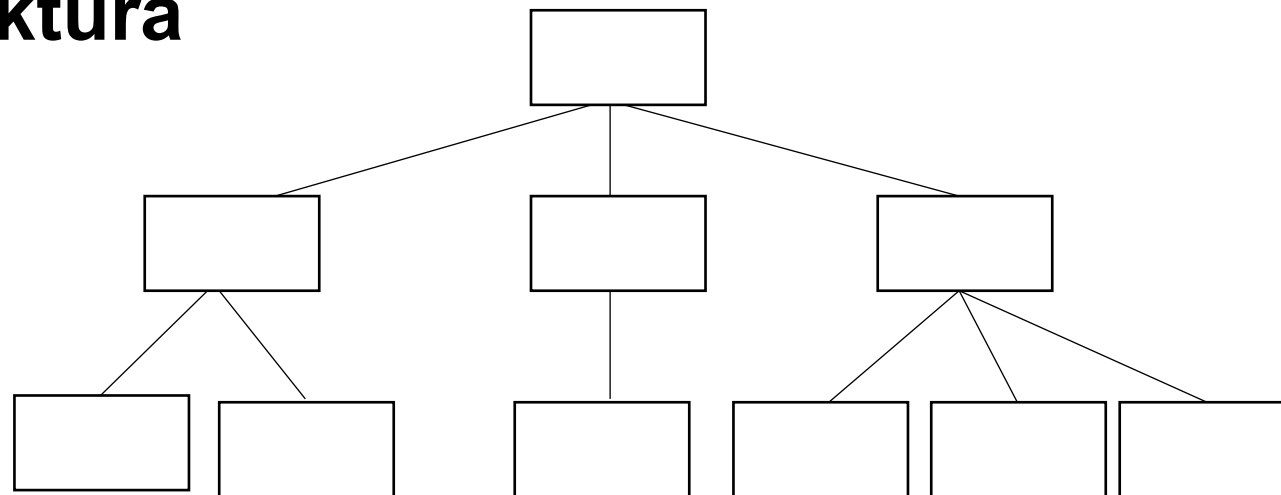
- Vytvoření popisu jednotlivých činností.
- Seskupování činností.
- Přiřazení vedoucího pracovníka ke skupině činností.
- Vytvoření horizontálních a vertikálních vazeb.



Plochá organizační struktura

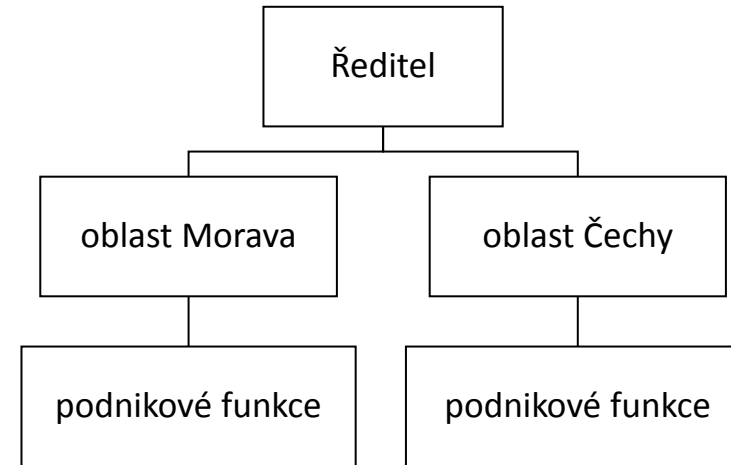


Strmá organizační struktura

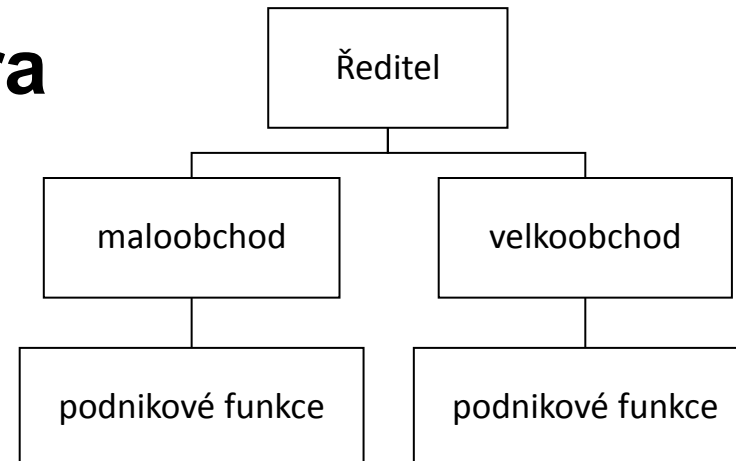




Územní organizační struktura



Zákaznická organizační struktura

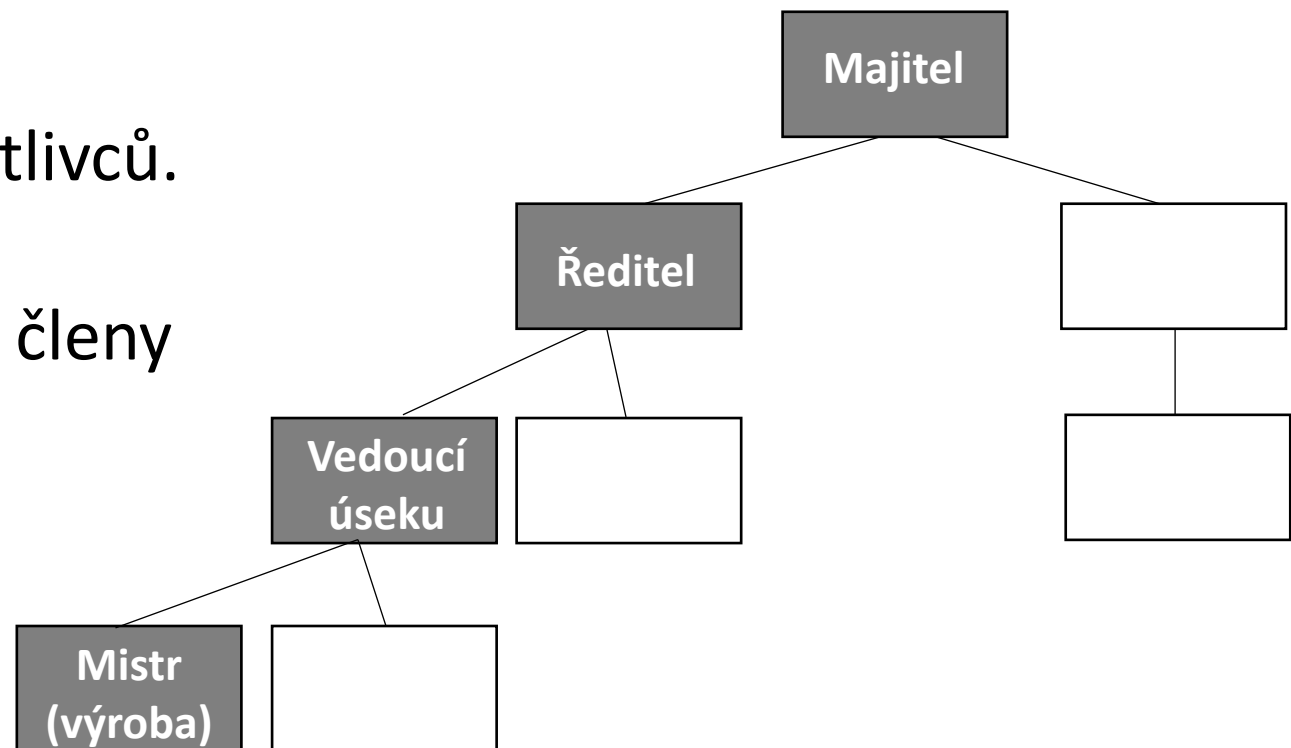




Pevné organizační struktury

LINIOVĚ ORGANIZAČNÍ STRUKTURA

- **Řízení shora dolů.**
- Nejjednodušší.
- Vhodná pro menší organizace.
- Přímé propojení útvarů a jednotlivců.
- Princip jednoho vedoucího.
- Přesné vazby mezi jednotlivými členy organizační struktury.

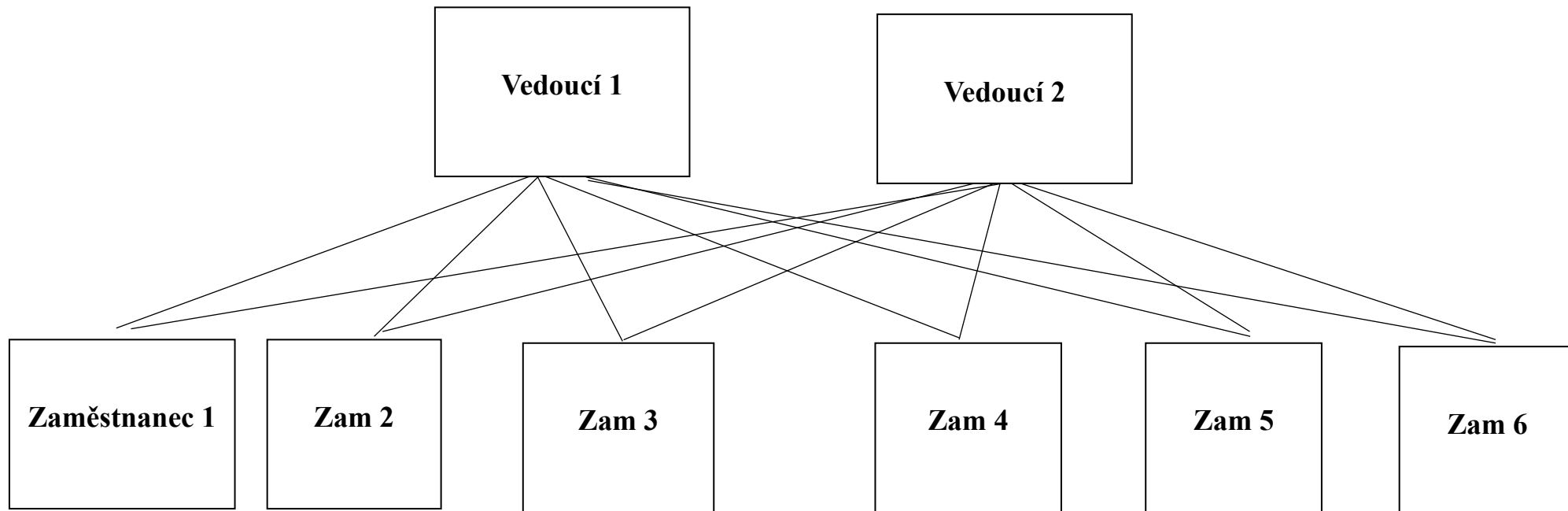




Pevné organizační struktury

FUNKCIONÁLNÍ ORGANIZAČNÍ STRUKTURA

- Vysoká specializovanost vedoucích pracovníků.
- Jeden podřízený pracovník může mít několik vedoucích.

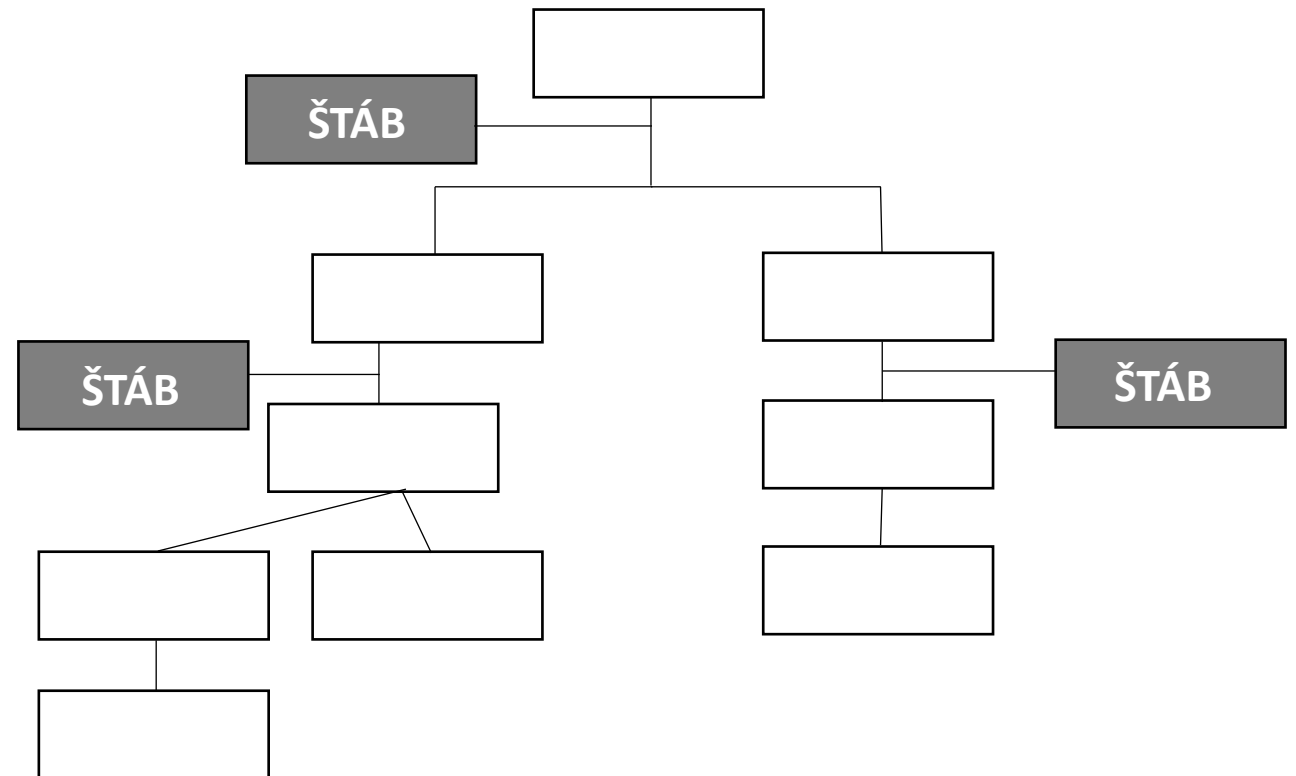




Pevné organizační struktury

LINIOVĚ-ŠTÁBNÍ ORGANIZAČNÍ STRUKTURA

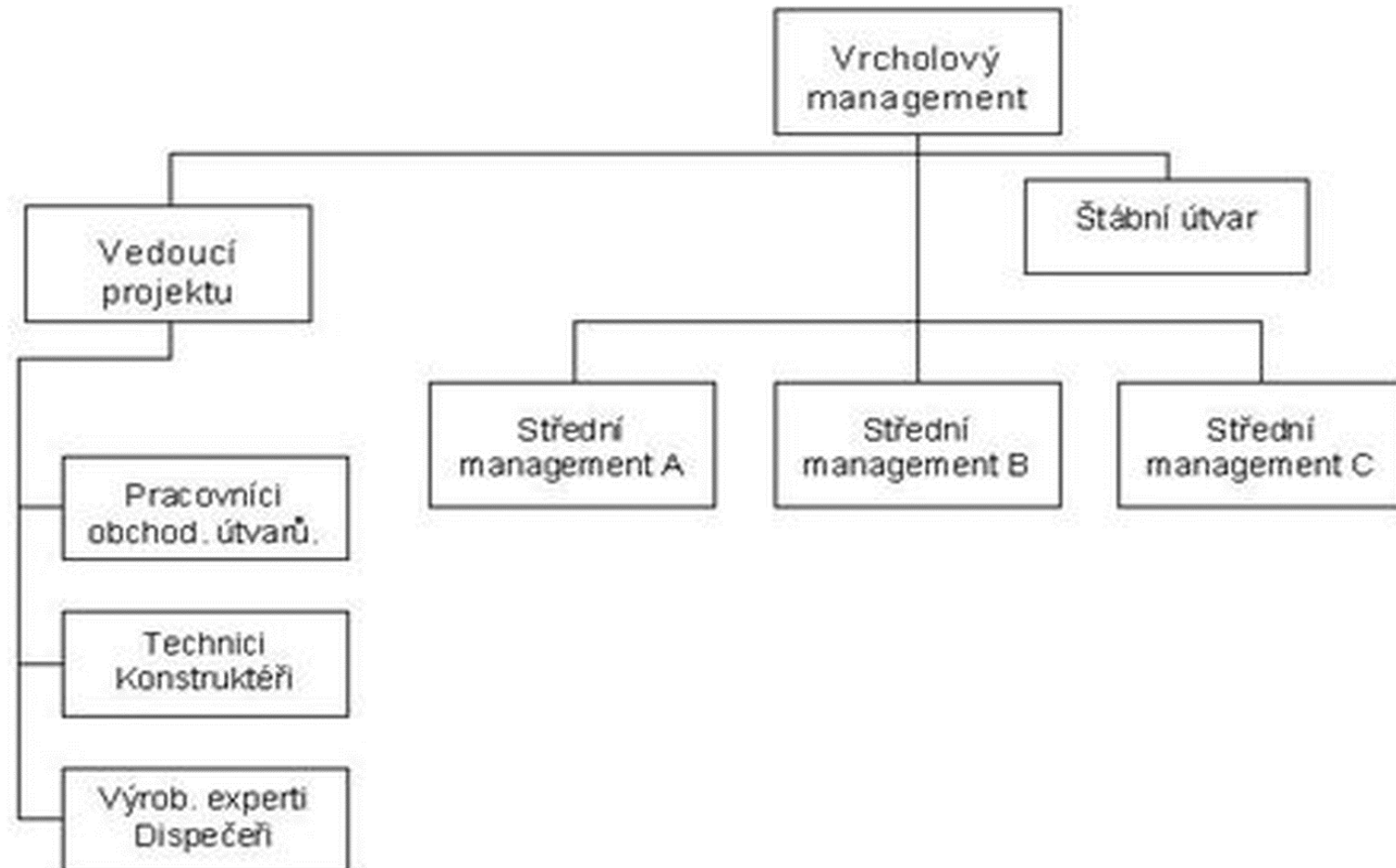
- Poradenské jednotky neboli štáby.
- Sloučení liniového a funkcionálního přístupu.





Pevné organizační struktury s pružnými prvky

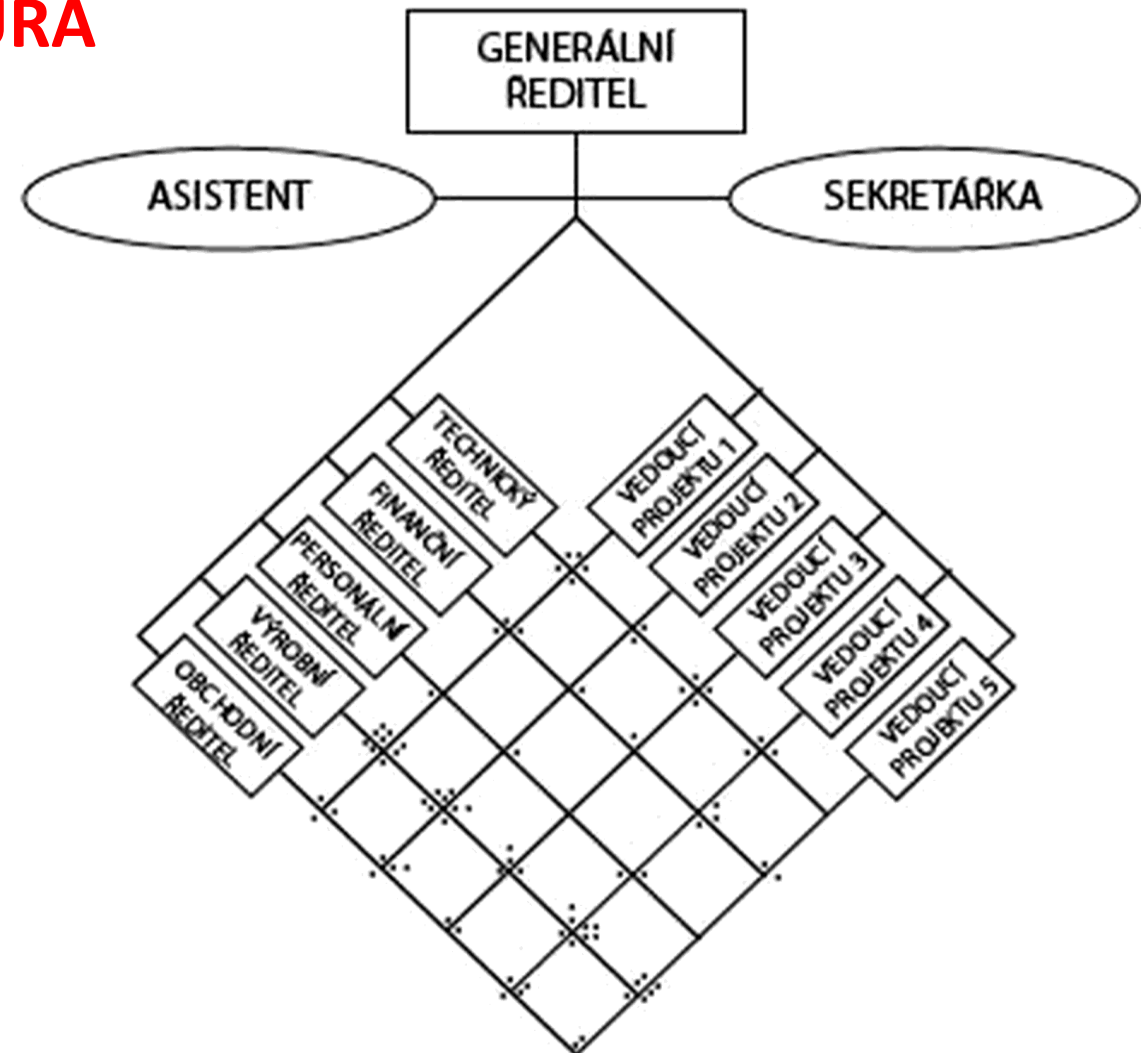
PROJEKTOVÁ ORGANIZAČNÍ STRUKTURA





Pevné organizační struktury s pružnými prvky

MATICOVÁ ORGANIZAČNÍ STRUKTURA





STRUKTURA ZÁKLADNÍCH PERSONÁLNÍCH ČINNOSTÍ

- **Plánování (prognózování) potřeby pracovních sil** založené na analýze pracovních míst.
- **Analýza vnitřních a vnějších zdrojů pracovních sil** s přihlédnutím ke specifickým přednostem či záporům těchto zdrojů.
- **Získávání a výběr pracovníků** potřebných pro plnění úkolů podnikatelského subjektu dle vnitropodnikových pravidel z řad uchazečů o práci.
- **Rozmísťování pracovníků** - zařazení na pracovní místa.
- **Vzdělávání pracovníků.**



STRUKTURA ZÁKLADNÍCH PERSONÁLNÍCH ČINNOSTÍ

- **Hodnocení pracovníků** – objektivní posudek o výkonu každého pracovníka a formulace jeho dalšího pracovního růstu i potřebných vzdělávacích procedur.
- **Vypracování systému odměňování** a navržení nástrojů hmotné i nehmotné motivace pracovníků.
- Iniciativní spoluúčast na **přípravě programů v rámci bezpečnosti a ochrany zdraví pracovníků při práci**, zajišťování zdravotní péče pracovníkům dle specifických podmínek jednotlivých pracovišť.
- **Aktivní spoluúčast na volnočasových aktivitách.**
- **Spoluúčast na tvorbě a provozování personálního informačního systému.**



SILESIA
UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

Have a Nice Day!

