

OBSAH

Předmluva	V
Obsah	VII
1 Postavení nákladů v hodnototvorném procesu	1
1.1 Úloha nákladů v ekonomickém systému	1
1.2 Druhy a cíle podnikových procesu	2
1.3 Nákladové determinanty.....	3
2 Pojetí a členění nákladů	7
2.1 Pojetí nákladů	7
2.2 Klasifikace nákladů	10
2.2.1 Druhově členění nákladů.....	10
2.2.2 Účelové členění nákladů	11
2.2.3 Členění nákladů podle jejich závislosti na objemu prováděných výkonů	12
2.2.4 Členění nákladů z hlediska rozhodování (manažerské pojetí nákladů)	13
3 Nákladové modely	17
3.1 Možnosti analýzy nákladových funkcí	17
3.2 Průběh nákladových funkcí	18
3.2.1 Lineární nákladová funkce	19
3.2.2 Progresivní nákladová funkce	20
3.2.3 Degresivní nákladová funkce	21
3.2.4 Degresivně progresivní nákladová funkce	23
3.3 Minimální průměrné náklady	24
3.4 Pružnost nákladových funkcí.....	26
4 Metody stanovení nákladových funkcí	29
4.1 Klasifikační analýza	29
4.2 Metoda dvou období	29
4.3 Grafická metoda	31
4.4 Metoda regresní a korelační analýzy	31
4.5 Metoda interpolace Newtonovým interpolačním polynomem	33
5 Konkurenční výhody a strategie ve vztahu k nákladům	37
5.1 Konkurenční výhody jako základní součást strategických alternativ.....	37
5.1.1 Generické konkurenční strategie	39
5.2 Využití strukturálních rozdílů v nákladech	40
5.2.1 Efekt vyplývající z měřítka	41

5.2.2	Efekty vyplývající z možností.....	41
5.2.3	Efekty vyplývající ze zkušeností.....	42
5.3	Využití rozdílných úrovní nákladového řízení	44
5.4	Postup při aplikaci strategie vedoucího postavení v nákladech	49
6	Postupy a metody při řízení nákladů ve firmě.....	53
6.1	Klasifikace nákladů v závislosti na objemu výkonu	53
6.2	Variabilní náklady	53
6.2.1	Proporcionální variabilní náklady	54
6.2.2	Progresivní variabilní náklady	54
6.2.3	Degresivní variabilní náklady	55
6.2.4	Koeficient reakce.....	55
6.3	Fixní náklady a jejich využití	56
6.3.1	Degrese fixních nákladů.....	57
6.3.2	Relativní a celková úspora	58
6.3.3	Fixní náklady z hlediska využití výrobní kapacity.....	59
6.3.4	Možnosti přizpůsobení využívání fixních nákladů	61
6.3.5	Remanence nákladů.....	64
7	Kalkulace.....	67
7.1	Charakteristika kalkulace a základní pojmy	67
7.1.1	Kalkulační vzorec.....	68
7.1.2	Kalkulační systém	70
7.2	Druhy kalkulací	71
7.3	Kalkulační techniky.....	73
7.3.1	Kalkulace dělením prostá	73
7.3.2	Kalkulace dělením s poměrovými čísly	73
7.3.3	Kalkulace přírážková.....	76
7.3.4	Metoda Direct Costing	80
7.3.5	Kalkulace TARGET COSTING.....	81
7.3.6	Metoda hodinových režijních paušálů.....	82
7.3.7	Kalkulace Activity Based Costing	85
8	Ceny a cenová politika ve firmě	89
8.1	Definice, pojetí a funkce ceny	89
8.2	Faktory ovlivňující cenovou strategii	90
8.2.1	Cenová strategie a rozhodování o cenách	91
8.2.2	Vnitřní faktory ovlivňující rozhodování o cenách	92
8.2.3	Vnější faktory ovlivňující rozhodování o cenách	93

8.3	Model 3C	94
8.4	Cenové struktury.....	95
8.4.1	Omezení při realizaci tvorby cen	96
8.4.2	Cenová politika	97
8.5	Multidisciplinární charakter cenové tvorby.....	98
8.5.1	Cenová tvorba a management	98
8.5.2	Cenová tvorba a marketing	98
8.5.3	Cenová tvorba a další ekonomické disciplíny.....	99
9	Efektivita cenové tvorby v organizaci.....	101
9.1	Nákladová cena a její použití.....	101
9.1.1	Stanovení ceny na bázi ziskové přírážky	102
9.1.2	Stanovení ceny na bázi cílové rentability.....	103
9.2	Poptávková orientace cen a obchodní praktiky v této oblasti	104
9.3	Konkurenční a odvětvová orientace cen.....	107
9.4	Analýza bodu zvratu, maximalizace zisku firmy	107
9.4.1	Zisk firmy.....	108
9.4.2	Bod zvratu	109
9.4.3	Provozní páka	110
9.5	Cenová, křížová a důchodová elasticita poptávky a faktory, které ji ovlivňují.....	111
9.5.1	Cenová elasticita poptávky.....	111
9.5.2	Křížová elasticita poptávky	113
9.5.3	Důchodová elasticity poptávky	114
10	Strategie firmy v oblasti tvorby cen.....	117
10.1	Strategie pro nové a zavedené výrobky na trhu.....	117
10.1.1	Strategie pro zavedené výrobky	118
10.1.2	Strategie pro nové výrobky	119
10.2	Volba cenové strategie v souladu s podmínkami tržní soutěže	121
10.3	Cenová diferenciacce a její formy.....	123
10.3.1	Přirozená a umělá cenová diferenciacce	123
10.3.2	Konkrétní formy cenové diferenciacce	124
10.3.3	Strategie cenově politického vyrovnání	125
10.3.4	Cenové slevy a srážky	126
11	Cenová tvorba ve službách	129
11.1	Služby a jejich charakteristiky.....	129
11.2	Cenová tvorba orientovaná na náklady	131

11.3	Cenová tvorba orientovaná na poptávku	131
12	Právní aspekt tvorby cen	135
12.1	Právní prostředí.....	135
12.2	Působnost orgánů České republiky v oblasti cen	136
12.3	Zákon o cenách.....	137
12.3.1	Vymezení základních pojmů.....	137
12.3.2	Regulace cen	139
12.3.3	Cenová evidence, cenové informace a cenová kontrola	140
12.4	Hospodářská soutěž a tvorba cen.....	142
12.4.1	Dohody soutěžitelů.....	143
12.4.2	Dominantní postavení na trhu	144
12.4.3	Spojení soutěžitelů	145
12.4.4	Dozor nad orgány veřejné správy.....	145
13	Spotřebitelský aspekt cenotvorby	147
13.1	Historický vývoj ochrany spotřebitele.....	147
13.1.1	Kontrolní činnost.....	148
13.1.2	Novodobá úprava tržního dozoru a ochrany spotřebitele.....	149
13.1.3	Vývoj po roce 1948.....	150
13.2	Aktuální právní úprava ochrany spotřebitele.....	151
14	Tvorba cen na mezinárodních trzích.....	155
14.1	Legislativní a politické prostředí	155
14.2	Problémy tvorby mezinárodních cen.....	156
14.3	Metodika cenové tvorby	158
	Seznam obrázků	161
	Seznam tabulek.....	163
	Literatura.....	165
	Rejstřík.....	169
	Summary	171