

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA
V NITRE
FAKULTA EKONOMIKY A MANAŽMENTU**

2123036

**CENOVÁ POLITIKA AKO ROZHODUJÚCI NÁSTROJ
ÚSPEŠNOSTI PODNIKANIA**

2011

Bc. Eva Nagyová

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA
V NITRE
FAKULTA EKONOMIKY A MANAŽMENTU**

**CENOVÁ POLITIKA AKO ROZHODUJÚCI NÁSTROJ
ÚSPEŠNOSTI PODNIKANIA
(Diplomová práca)**

Študijný program:	Ekonomika podniku
Študijný odbor:	6284800 Ekonomika a manažment podniku
Školiace pracovisko:	Katedra ekonomiky
Školiteľ:	Ing. Michal Cehula, CSc.

Nitra 2011

Bc. Eva Nagyová

Čestné vyhlásenie

Podpísaná Eva Nagyová vyhlasujem, že som záverečnú prácu na tému „Cenová politika ako rozhodujúci nástroj úspešnosti podnikania“ vypracovala samostatne s použitím uvedenej literatúry.

Som si vedomá zákonných dôsledkov v prípade, ak uvedené údaje nie sú pravdivé.

V Nitre 15. apríla 2011

Touto cestou vyslovujem poďakovanie pánovi Ing. Michalovi Cehulovi, CSc. za pomoc, odborné vedenie, cenné rady a pripomienky pri vypracovaní mojej diplomovej práce.

Abstrakt

Cieľom mojej diplomovej práce je analýza cenovej politiky vybranej spoločnosti. Táto spoločnosť sa zaoberá poľnohospodárskou výrobou. Medzi hlavné činnosti spoločnosti patrí rastlinná, živočíšna a pomocná výroba. Moja práca je zameraná na analýzu cien vstupov a výstupov hlavných komodít rastlinnej výroby spoločnosti a ich dopad na rentabilitu a nákladovosť výnosov na úseku rastlinnej výroby ako aj na úspešnosť podnikania spoločnosti ako celku. Diplomová práca pozostáva z teoretickej časti, na ktorú nadväzuje praktická časť, čiže vlastná práca. Teoretické poznatky som získala študovaním odbornej literatúry domácich a zahraničných autorov. Konkrétne údaje na realizáciu vlastnej časti diplomovej práce mi poskytla spoločnosť, zaoberajúca sa poľnohospodárskou výrobou. Časť vlastná práca pozostáva zo štyroch hlavných kapitol, a to základná charakteristika analyzovanej spoločnosti, ekonomická charakteristika spoločnosti, analýza cenovej politiky spoločnosti a v poslednej kapitole sa zaoberám úspešnosťou podnikania spoločnosti.

Kľúčové slová: cenová politika, cena, náklad, poľnohospodárstvo, rastlinná výroba, úspešnosť

Abstract

The aim of my dissertation is to analyze the price policy of a chosen company. This company occupies with agricultural production. The main activities of the company are vegetable production, livestock production and auxiliary production. My dissertation focuses on the analysis of prices of inputs and outputs of the main products from the vegetable production and on their effect on the profitability and cost level of revenues on the segment of vegetable production as well as on the successfulness of the whole business. My dissertation consists of a theoretical part to which the practical part is related also called own work. The theoretical part is based on special literature of domestic and foreign authors. Exact data for the practical part of the dissertation were given by the company. The practical part comprises four main chapters which are, basic characterization of the analyzed company, economical characterization of the company, analyzes of the price policy of the company and in the last chapter I deal with the successfulness of the business activities of the company.

Key words: price policy, price, cost, agriculture, vegetable production, successfulness

Obsah

Úvod	8
1. Prehľad o súčasnom stave riešenej problematiky	10
1.1. Cenová politiky	10
1.2. Cena	12
1.3. Cenové stratégie	17
1.4. Náklady a výnosy	20
1.5. Úspešnosť podnikania	25
2. Cieľ práce	31
3. Metodika práce	32
4. Výsledky práce	37
4.1. Základná charakteristika spoločnosti	37
4.1.1. Zamestnanci	38
4.1.2. Rastlinná výroba	39
4.1.3. Živočíšna výroba	41
4.2. Ekonomická charakteristika spoločnosti	42
4.2.1. Analýza majetku a kapitálu spoločnosti	42
4.2.2. Analýza výsledku hospodárenia spoločnosti	44
4.3. Analýza cenovej politiky spoločnosti	45
4.3.1. Analýza cien vstupov hlavných komodít RV	45
4.3.1.1. Kukurica na zrno – tvorba ceny, analýza nákladových položiek, nákladovosti a rentability	45
4.3.1.2. Pšenica ozimná – tvorba ceny, analýza nákladových položiek, nákladovosti a rentability	49
4.3.1.3. Jačmeň jarný – tvorba ceny, analýza nákladových položiek, nákladovosti a rentability	53
4.3.1.4. Repka olejná – tvorba ceny, analýza nákladových položiek, nákladovosti a rentability	57
4.3.2. Analýza cien výstupov hlavných komodít RV	61
4.4. Úspešnosť podnikateľskej činnosti spoločnosti	65
4.4.1. Ukazovatele rentability	65
4.4.2. Efektívnosť spoločnosti	67
4.4.3. Finančná situácia spoločnosti, CH – index	69

5. Záver	72
6. Použitá literatúra	75
7. Prílohy	78

Zoznam skratiek

ČR – časové rozlíšenie

DFM – dlhodobý finančný majetok

DHM – dlhodobý hmotný majetok

DNM – dlhodobý nehmotný majetok

FČ – finančná činnosť

ha – hektár

HČ – hospodárska činnosť

HZ – hospodárske zvieratá

ks – kus

MČ – mimoriadna činnosť

N – náklady

NM – neobežný majetok

OM – obežný majetok

OU – odborné učilište

P – produkcia

PP – počet pracovníkov

RCK – rentabilita celkového kapitálu

RCN – rentabilita celkových nákladov

RCV – rentabilita celkových výnosov

RT – rentabilita tržieb

RV – rentabilita výnosov

RZI – rentabilita základného imania

t – tona

V – výnosy

VH – výsledok hospodárenia

VI a Z – vlastné imanie a záväzky

Z - zisk

Úvod

Správne umiestnenie produkcie na trh ako aj stanovenie správnej (pre kupujúceho a predávajúceho priaznivej) ceny je hlavným predpokladom úspešnosti podnikov. Uspokojenie potrieb spotrebovaním produktu je určitým spôsobom ovplyvnené aj kúpnu hodnotou produktu, čiže cenou.

Na cenu pôsobí rôznou intenzitou množstvo vnútorných a vonkajších faktorov. Cenová politika podniku v sebe zahŕňa zlúčenie ekonomického pohľadu (trh, ktorého je nervovou sústavou vnímať subjekty, ktoré na trhu pôsobia), ale aj hľadisko marketingu (cena ako jeden zo základných nástrojov marketingového mixu). Stanovenie cenovej politiky akéhokoľvek podnikateľského subjektu je viazané na trh a teda aj na regionálny trh. Medzi subjekty pôsobiace na regionálnom trhu patria aj malé a stredné podniky, pre ktoré je cenová politika mimoriadne dôležitá.

Cena je výmenná hodnota tovaru alebo služby vyjadrená v peňažných jednotkách. Výmenná hodnota je vlastnosť tovaru (služby), ktorá zodpovedá jeho cene vo výmennom procese, pričom prevažne zohľadňuje subjektívne hodnotenie kupujúceho. Cena sa chápe ako ekonomická kategória tovarového hospodárstva, ktorá vyjadruje pomer medzi veľkosťou hodnoty určitého tovaru a nezávisle od nej existujúcim peňažným tovarom. Určenie hodnoty je najzávažnejším problémom. Vo všeobecnosti pod hodnotou chápeme kvalitu určitého statku, jeho schopnosť uspokojiť určité potreby. Hodnotu je možné odvodiť od užitočnosti, vzácnosti tovaru alebo od nákladov na jeho výrobu. Cena samozrejme slúži na ocenenie externých a interných výkonov podniku. Výkon je merateľná jednotka užitočnej hodnoty, na ktorú treba vynaložiť určité množstvo zhmotnenej a živej práce. Realizačná cena je tá, ktorou sa oceňujú externé výkony. Vnútropodniková cena sa používa na ocenenie interných výkonov podniku.

Diplomová práca s názvom „Cenová politika ako rozhodujúci nástroj úspešnosti podnikania“ obsahuje analýzu cenovej politiky vybranej spoločnosti, zaoberajúcej sa poľnohospodárskou výrobou, ďalej hodnotenie vplyvu cenovej politiky na úspešnosť podnikania. Analýza cenovej politiky spoločnosti je rozčlenená na analýzu cien vstupov a výstupov podľa hlavných komodít rastlinnej výroby. V tejto časti analyzujeme stratégiu tvorby cien komodít, štruktúru nákladových položiek potrebných na vyprodukovanie daných komodít, ukazovatele merajúce nákladovosť výnosov a rentabilitu nákladov. V druhej časti sa zameriame na analýzu vývoja priemerných realizačných cien hlavných komodít rastlinnej výroby. V poslednom bode zhodnotíme ukazovatele rentability

a efektívnosť podnikateľskej činnosti spolu pre celú spoločnosť a vplyv cenovej politiky na vývoj týchto veličín. V závere vyhodnotíme dosiahnuté výsledky a uvedieme návrhy na zlepšenie efektívnosti podnikateľskej činnosti.

1. Prehľad o súčasnom stave riešenej problematiky

Náročnosť cenového rozhodovania vyplýva predovšetkým z náročnosti trhového mechanizmu. Podnik, ak chce obstať, musí sa snažiť túto náročnosť zvládnuť čo najúspešnejšie. Aj cenové rozhodovanie na úrovni malého podniku nevyhnutne musí vychádzať z objektívnej teoretickej základne, o ktorú sa môže oprieť. Poznanie tejto teoretickej základne a najmä schopnosť aplikovať jej poznatky v praktickom cenovom rozhodovaní má veľký význam pre každého podnikateľa. Preto úlohou nás, budúcich ekonómov je študovať a poznať také pojmy, ako sú podnik a podnikanie, cena, cenová politika, náklady, výnosy a v neposlednom rade aj úspešnosť podnikania.

1.1 Cenová politika

KRETTTER, A. a kolektív (2008) tvrdia, že *cenová politika* zahŕňa všetky rozhodnutia podniku, ktoré sa vzťahujú k stanoveniu ceny a presadeniu jeho cenových požiadaviek. Z hľadiska prístupu k prijímaniu cenových rozhodnutí v podniku sa rozlišuje aktívna a pasívna cenová politika. Pokiaľ ponúkaný výrobok svojou kvalitou prevyšuje výrobky konkurenčných podnikov, podnik spravidla uplatňuje aktívnu cenovú politiku. Sám prijíma cenové opatrenia ako jemu vyhovujú a rozvíja v tomto smere účinnú aktivitu. Ak výrobky podniku nemajú v povedomí zákazníkov primerané priaznivé preferencie, podnik je nútený uplatňovať pasívnu cenovú politiku. Musí sa prispôbiť cene danej trhom, resp. konkurenciou bez ohľadu na to, či príslušná cena vyhovuje záujmom podniku.

Podniková cenová politika sa väčšinou redukuje na rozhodnutia, ktoré sledujú, či pri danej cenovej úrovni je pri zohľadnení nákladov ešte aktuálna ponuka pri zachovaní zisku. Skutočná náplň cenovej politiky z marketingového hľadiska ako súčasť marketingového mixu je značne širšia. Zahŕňa aj ďalšie nástroje, ako sú rabaty a platobné podmienky. Úlohou cenovej politiky je hľadať vhodné metódy pre určenie cien, stanoviť cenovú taktiku na trhu, sledovať reakcie konkurencie, ale aj zákazníkov na stanovenú cenu a pod.

HORSKÁ, E. – UBREŽIOVÁ, I. (2001) hovoria, že *cenová politika* je súčasťou marketingového mixu. Jej význam v medzinárodnom marketingu je najmä v skutočnosti, že prostredníctvom dosahovaných cien sa rozdeľujú ekonomické výhody z jednotlivých transakcií medzi jej partnermi. Inými slovami, úroveň dosahovaných cien bezprostredne ovplyvňuje rentabilitu realizovaných transakcií. Cenovú politiku dodávateľov podmieňuje

snaha o dosiahnutie ziskovosti, ako aj špecifické podmienky trhu. Podmienky, ktoré určujú veľkosť navrhovanej ceny na jednotlivých trhoch, možno zahrnúť do nasledovných okruhov:

- stanovenie cenových a strategických cieľov
- hodnotenie kúpyschopnosti zákazníkov na rozdielnych trhoch
- výška výrobných nákladov a cieľový zisk
- monitorovanie cien konkurencie a hodnotenie ich strategických cieľov
- zohľadnenie kolísania hladiny ceny v priebehu životného cyklu výrobku, ako aj špecifických vlastností výrobku
- rozdiely politického, právneho a ekonomického prostredia na rozdielnych trhoch.

ŠIMO, D. (2008) uvádza *cenovú politiku* ako filozofiu stanovenia a zmeny ceny vo vzťahu k riešeniu konkrétnych situácií na trhu. V praktickom živote ide o nasledujúce prípady:

- pri uvádzaní nového produktu na trh
- pri zmene trhových podmienok (dopyt, ponuka, konkurencia)
- pri zmene úrovne alebo štruktúry vynaložených vlastných nákladov.

Cenová politika vyjadruje požadovanú finančnú situáciu, ktorú chce podnik dosiahnuť. Ciele môžu byť formulované z viacerých hľadísk. Medzi rozhodujúce možno zaradiť: výšku zisku, obratu, imidž podniku, predpokladaný kurz podniku, vzťah ku konkurencii a iné. Filozofia maximalizácie zisku by mala byť filozofia dlhodobá.

FIBÍROVÁ, J. – KASAN, J. (1992) citujú, že *rozhodovanie o cene* závisí na konkrétnych podmienkach, v ktorých sa firma nachádza. Silná konkurencia vytvára úplne inú situáciu ako postavenie monopolu, maximalizácia zisku z krátkodobého hľadiska je spojená s inou cenou ako z hľadiska dlhodobého, iná cena minimalizuje riziká, atď. V neposlednom rade závisí aj na legislatíve, zákonných normách v jednotlivých sektoroch. Každý podnik musí riešiť konkrétnu zložitú situáciu, bez možnosti využitia univerzálnej cenovej politiky. Pokiaľ neexistuje na jednej strane konkrétny recept optimálnej ceny, je na druhej strane možné vymedziť konštantné elementy, prvky, ktoré je nutné pri rozhodovaní o cene brať do úvahy.

Podľa konkrétnych okolností sa pri určovaní cien vychádza buď viacej z nákladov, konkurencie, či z orientácie na dopyt. Je možné hovoriť o magickom trojuholníku cenovej politiky.

OLÁH, M. – BOŽÍK, M. (2000) definujú *cenovú politiku* ako súbor opatrení štátu alebo firmy v oblasti cien. Je súčasťou hospodárskej politiky štátu alebo firemnej obchodnej politiky. K uvedenému súboru opatrení patria zásady pre uplatňovanie cenovej sústavy a ovplyvňovanie úrovne cien (cenové relácie), dynamiky vývoja cien, využívanie cien (nízkych alebo naopak vysokých) pri realizácii zámerov hospodárskej politiky štátu alebo obchodnej politiky firmy, ako napríklad vyrovňovanie ponuky a dopytu, ovplyvňovanie reálnych príjmov, štruktúry výroby, spotreby a pod. Cenová politika má svoje opodstatnenie v každej ekonomike, pretože je súčasťou dôchodkovej politiky štátu a je zameraná na usmerňovanie a realizáciu cenových nástrojov.

KRYKAVSKY, E. – CHUHRAY, N. (2000) konštatujú, že rozhodnutia týkajúce sa *cenovej politiky*, majú v mnohých prípadoch priamy vplyv na dosahovanie spoločných cieľov stanovených pre firmu. Je známe, že dopyt môže byť elastický alebo neelastický vzhľadom na cenu. Stanovenie prvotnej ceny tovarov vyžaduje hlbokú analýzu množstva faktorov, obzvlášť štúdium konkurenčných tovarov a ich cien, faktorov sociálneho a demografického prostredia a taktiež ekonomickú situáciu v danom čase. Táto analýza sa stáva rozhodujúcou pri prechode od rozvoja cenovej stratégie ku stanoveniu trhových cien tovarov.

1.2 Cena

BIELIK, P. (2006) definuje *cenu* za kľúčový pojem trhového mechanizmu, pretože je jedinou informáciou, ktorú trhové prostredie poskytuje. Cena vyjadruje vzťahy medzi ponukou a dopytom a je základným meradlom pre podniky na strane ponuky a dopytu. Rozoznáva nasledujúce základné funkcie ceny:

- *informačná funkcia* – podáva informáciu predávajúcim aj kupujúcim. Cena tak sprostredkováva prenos informácie o potrebách, záľubách, preferenciách, zvyklostiach spotrebiteľov a pod.
- *alokačná (regulačná) funkcia* – je úzko spojená s cenovými pohybmi, prostredníctvom ktorých sa presadzuje. Tieto pohyby hovoria o zmenách v proporciách ponuky a dopytu, odrážajú zmeny v preferenciách a pod. Cenové zmeny si vyžadujú nové hodnotenia, na základe ktorých sa trhové subjekty z trhu vylučujú alebo naopak, na trh lákajú. Alokačná funkcia cien sa presadzuje trhovými nástrojmi.

- *stimulačná funkcia* – sa presadzuje smerom k výrobcovi a ich výrobkom. Ide o to, že tá istá cena nie je výhodná pre všetkých výrobcov z dôvodu ich rozdielnych výrobných nákladov.

BACULÍKOVÁ, N. – CEHULA, M. (2008) vysvetľujú pojem *cena* ako jeden z rozhodujúcich prvkov tovarovej výmeny na trhu, je kvantifikáciou vzájomného vzťahu tovarov na trhu. Cenová teória je bezprostredne spojená s teóriou hodnoty. Prepojenosť teórií vyúsťuje k definovaniu, že cena je odrazom (reflexom) hodnoty a teoretickým obsahom ceny. Vývoj ceny zodpovedá vývoju teórie hodnoty.

KRETTTER, A. a kolektív (2008) vnímajú *cenu* ako dôležitú informáciu pre podnikateľský subjekt o situácii na trhu. Je kritériom a podnetom pre ďalšie zameranie činnosti podniku. Je jedným z faktorov, ktorý prostredníctvom výnosov ovplyvňuje hospodársky výsledok podniku. Taktiež predstavuje dôležitú ekonomickú kategóriu, ktorá v podmienkach trhového hospodárstva plní štyri dôležité úlohy, a to:

1. *kritériálna úloha* – prejavuje sa v spoľahlivosti vyjadrenia spoločenských nákladov práce a v spoľahlivosti merania všetkých ekonomických opatrení podniku,
2. *alokačná úloha* – ovplyvňuje rozmiestnenie výrobných činiteľov (čo, koľko, ako a pre koho vyrábať),
3. *signálna úloha* – znamená, že cena je nástrojom signálov (informácií) o cenovej úrovni, ktorej sa prispôsobujú kupujúci ako aj predávajúci na trhu,
4. *regulačná úloha* – pomocou nej sa dosahuje súlad medzi zdrojmi a potrebami a jej úloha spočíva v rozdeľovaní obmedzených statkov kupujúcim, a tým sa rozdeľujú aj dôchodky.

V širšom ekonomickom chápaní cena predstavuje sumu hodnôt, ktorú spotrebitelia vymieňajú za prospech z vlastníctva alebo používania výrobku. Užší význam ceny spočíva v tom, že cena je množstvo jednotiek, ktoré sa účtujú za výrobok alebo službu.

KAJANOVÁ, J. (2005) tvrdí, že problematika *cien* je vytvorená širokým okruhom parciálnych problémov riešiacich aktuálne otázky, ktoré vyplývajú z prítomnosti cien v každodenných situáciách v jednotlivých oblastiach výroby a riadenia podnikov alebo organizácií. Ceny nepredstavujú len ojedinelú samostatnú kategóriu existujúcu nezávisle od okolitých podmienok sprevádzajúcich podnikateľské činnosti, ale sú súčasťou

jednotlivých článkov, z ktorých pozostávajú podnikové výkony, riadenie podnikateľských aktivít a zabezpečenie požadovaného výsledku hospodárenia.

S pojmom cena sa môžeme stretnúť nielen na úrovni komunikácie dodávateľa a odberateľa určitého podnikového výkonu, ale i pri stanovovaní podnikových cieľov, tvorbe plánov zásobovania, kontrole nákladov na skladovanie a distribúciu, analýze konkurencieschopnosti podniku, vykazovaní výsledku hospodárenia, tvorbe kalkulačného systému podniku, získavaní nových klientov, tvorbe marketingovej stratégie, upevňovaní pozície na trhu a ďalších oblastiach, ktoré neoddeliteľne patria k procesu uspokojovania zákazníka prostredníctvom ponuky požadovaných výrobkov, tovarov, resp. služieb.

RAJŇÁK, M. a kolektív (2007) poznamenávajú, že *cena* je nástrojom realizačnej fázy výrobku a nástrojom na získanie príjmov podnikateľského subjektu. Cena je pre jednotlivé podniky nielen dôležitou informáciou o situácii na trhu, ale zároveň i kritériom a podnetom pre ďalšie zameranie a činnosti podniku a vo vzťahu k nákladom podniku je základom diferenciácie podnikov na trhu výrobných faktorov.

Pri marketingovom posudzovaní ceny z hľadiska jej významu je nutné opierať sa o tieto stupne:

- *cena ako výraz marketingovej filozofie* – ktorá určuje zásady, podľa ktorých sa podnikateľ správa. Podnikateľ si volí výšku ceny a tým určuje svoju pozíciu v hodnotovej hierarchii spotrebiteľov a zároveň aj svoju pozíciu na trhu konkurencie
- *cena ako odraz cenovej hladiny* - cenová priečka je obsadená viacerými nositeľmi ponuky a spotrebiteľia na túto hladinu veľmi citlivo reagujú a pohyby cien nad alebo pod úroveň cenovej hladiny sú aj momentom pohybu dopytu. Ak ide o odchýlky dočasného charakteru, cenová hladina si zachová svoju relatívnu stabilitu. V opačnom prípade pôjde o presun ceny z jednej priečky na druhú, v dôsledku čoho sa zmení aj cenová hladina. Takéto zmeny sú spravidla vyvolané inovačným cyklom
- *cena ako taktický prvok* – kde pohyby ceny z jednej priečky na druhú môžu odrážať určitý podnikateľský zámer.

Výrobca má záujem, aby cena zahŕňala všetky jeho náklady, ktoré do výrobku alebo služby vložili, tiež zisk, a zároveň, aby cena jeho produktu ako cena predajná bola pre spotrebiteľov prítiahľivá a aby jej výška bola stabilná.

BIELIK, P. a kolektív (2001) uvádzajú, že *ceny* sú produktom trhu a ich vývoj závisí aj od typu trhu. V dokonalej konkurencii ceny nezávisia od množstva výrobku ponúkaného jednotlivými výrobcami. Pre jednotlivé podniky je cena parametrom od nich nezávislým, ktorú svojim objemom výroby nemôžu ovplyvniť. Vtedy výnosy rastú s objemom predaného množstva. Ak je podnik jedným z mnohých konkurenčných podnikov, potom zvyšuje svoje výnosy tak, že zvyšuje objem realizácie svojich výrobkov. Pri monopolnom postavení výrobcu je cena premennou veličinou závislou od množstva predaných výrobkov. S rastom množstva neustále klesá, pretože monopol predstavuje produkciu celého odvetvia. To, že cena sa mení s predaným množstvom môže monopol využiť a ovplyvňovať cenu vyrábaným množstvom.

ZOBORSKÝ, I. (2006) chápe *ceny* ako základné nástroje uhrádzajúce ekonomicky oprávnené náklady výrobcovi. Cena je peňažná suma dohodnutá pri nákupe a predaji tovaru. Súčasťou ceny tovaru vymedzeného dohodnutými podmienkami môžu byť úplne alebo z časti náklady na obstaranie, obeh tovaru a zisk. Súčasťou ceny je aj daň z pridanej hodnoty, príslušná spotrebná daň, a pri dovážanom tovare aj clo a iné poplatky.

Základnou formou úradného určenia cien je maximálna cena. Nebráni voľnému pohybu realizačných cien (do určitého maxima) v závislosti na vývoji ponuky a dopytu. Dostatočne však zabraňuje špekulatívnemu chovaniu podnikateľských subjektov.

Podľa **KOTLERA, P. – AMSTRONGA, G. (2004)** je *cena* čiastka, za ktorú sú výrobok alebo služba ponúkané na trhu. Je vyjadrením hodnoty pre spotrebiteľa, t. j. sumy, ktorú spotrebiteľ vynakladá výmenou za úžitok, ktorý získa vďaka zakúpenému výrobku alebo službe. Cena je najpružnejším prvkom marketingového zisku a na rozdiel od vlastnosti výrobku alebo distribučnej cesty je možné ceny veľmi rýchlo meniť. Tvorba cien a cenová konkurencia sú preto pre mnohých riadiacich pracovníkov problémom číslo jeden.

Vo svojej práci **BIELIK, P. a kolektív (2001)** konštatujú, že oceňovanie je peňažným vyjadrením hodnoty majetku, ktoré nám poukazuje na reálny obraz o celkovej hodnote majetku a jeho majetkovej štruktúre. Pri oceňovaní jednotlivých zložiek majetku sa pre rôzne účely uplatňujú rôzne *ceny*:

- a) *ceny obstarávacie* – sú používané najčastejšie. Sú to ceny, za ktoré podnik získal jednotlivé zložky investičného majetku. Keď majetok získal kúpou, je cenou

obstarania kúpna cena zvýšená o všetky vedľajšie obstarávacie náklady. Ak podnik nadobudol majetok vlastnou činnosťou sú cenou obstarania všetky náklady, ktoré podnik na získanie príslušného majetku vynaložil. Vtedy cenu považujeme za cenu nákladovú.

- b) *zostatkové ceny* – berú do úvahy stupeň opotrebenia investičného majetku v momente oceňovania. Môžu vychádzať z cien nadobudnutia a vtedy sa rovnajú cene nadobudnutia zníženej o sumu oprávok. Základom však môžu byť aj reprodukčné ceny a vtedy ide o reprodukčnú cenu zníženú o opotrebenie, vyjadrenú ako percento z reprodukčnej ceny.
- c) *reprodukčné ceny* – vyjadrujú ceny, za ktoré by bolo možné príslušnú zložku majetku nadobudnúť v momente oceňovania. Je to cena investičného majetku prepočítaná podľa súčasnej úrovne cien. Využíva sa najmä pri oceňovaní investičného majetku nadobudnutého darovaním alebo preceňovaním staršieho investičného majetku. Odstraňuje rozdiely v obstarávacích cenách, ku ktorým dochádza v dôsledku zmien vlastných nákladov, potrebných na výrobu príslušného druhu investičného majetku.
- d) *trhové ceny* – sú ceny, za ktoré je možné príslušnú zložku majetku v danom momente kúpiť a predáť. Sú výrazne ovplyvnené reláciami medzi dopytom a ponukou na trhu.

Ceny v trhovom mechanizme zohrávajú veľmi dôležitú, až kľúčovú úlohu. Podľa **HAMBALKOVEJ, M. (2002)** sú založené na princípe ekvivalentnosti. Každý statok má na trhu cenu. Cena dáva podnet pre ich ekonomické rozhodovania.

Ďalej tvrdí, že trhovú cenu je najlepším indikátorom schopným koordinovať zložitý systém úsilia výrobcov i spotrebiteľov vo fungujúcom hospodárstve. Trhová cena je označovaná ako dokonale kódovaná informácia o vzájomných výmenných vzťahoch, o vzťahoch ponuky a dopytu, o preferenciách výrobcov, spotrebiteľov i spoločnosti, na základe čoho sa môžu správne rozhodovať trhové subjekty, pričom ich správanie musí byť v súlade so spoločenskou tendenciou uplatňovanou v trhovom hospodárstve.

POLÁK, M. (2006) vysvetľuje, že vo všeobecných termínoch každá zmena zahrňuje v sebe *cenu* a tá nemusí byť vždy peňažná. Cena ako taká môže byť alebo obsahovať poplatky za mzdy, platy, cenové náklady, platbu leasingu, úrokovú mieru alebo strávený čas. Stručne možno povedať, že cena je výmenný kurz – definuje obeť jednej strany voči

druhej, aby bolo čo vymieňať. Vo väčšine marketingových situácií je cena evidentná a kupujúci sú si vedomí hodnoty, ktorú treba vydať, aby sa uskutočnila výmena. Avšak je chybou veriť, že cena znamená vždy len peniaze, ktoré treba zaplatiť alebo iné finančné odmeny.

ZÁKON O CENÁCH vymedzuje pojem *cena* ako peňažnú sumu dohodnutú pri nákupe a predaji tovaru alebo vytvorenú na ocenenie tovaru na iné účely. Za cenu podľa tohto zákona sa považuje aj tarifa. Súčasťou ceny tovaru vymedzeného dohodnutými podmienkami môžu byť úplne alebo sčasti náklady na obstaranie, spracovanie, obeh tovaru a zisk. Súčasťou ceny je aj daň z pridanej hodnoty, príslušná spotrebná daň a pri dovážanom tovare aj clo a iné platby vybrané v rámci uplatňovania nesadzobných opatrení ustanovené osobitnými predpismi.

1.3 Cenové stratégie

BACULÍKOVÁ, N. – CEHULA, M. (2008) vnímajú *cenovú stratégiu* ako súhrn opatrení, pokynov, postupov a zásad v oblasti cien, ktoré majú prispieť k zabezpečeniu dosiahnutia dlhodobých strategických cieľov podniku. Cenová stratégia je skonkretizovanie cenovej politiky firmy, ktorá predstavuje všetky aktivity, súvisiace s určením alebo zmenou predajných cien či podmienok, ktoré cenu ovplyvňujú. Rozoznávajú niekoľko typov cenových stratégií:

- stratégia cenového prenikania trhom
- stratégia cenového zúžitkovania trhu
- podporná cenová stratégia
- prémiová cenová stratégia
- odčerpávajúca cenová stratégia
- stratégia expanzionistických cien
- stratégia cenovej diferenciácie
- stratégia cenového uzatvárania trhu
- stratégia cenového obmedzovania trhu
- stratégia cenovo-politického vyrovňania.

RAJŇÁK, M. a kolektív (2007) vo svojej práci uvádzajú tri základné *cenové orientácie*:

1. ziskovo orientovanú,
2. odbytovo (trhovovo) orientovanú,
3. status - quo (podľa skutočnosti na trhu) orientovanú.

Ziskovo orientovaná cenová stratégia – stanovuje určitú hranicu zisku ako cieľ, ktorý sa musí aplikáciou cenovej stratégie pri cenovom rozhodovaní dosiahnuť. Môže ísť o orientáciu podnikov na dosiahnutie:

- maximálneho zisku v krátkom čase,
- aspoň minimálneho zisku, ktorý im zabezpečuje primeranú prosperitu a očakávanú dlhodobú stabilitu,
- do skupiny podnikov orientovaných na zisk môžeme zaradiť aj tie, ktoré si za hlavný cieľ dávajú úlohu prežiť.

Odbytovo orientovaná cenová stratégia – podobné ciele, v porovnaní so ziskovo orientovanou cenovou stratégiou, si môžu podniky stanovovať z hľadiska trhu. Využívajú ceny ako manévrovací prostriedok na presadenie:

- vyššieho podielu na trhu,
- udržanie, prípadne nevýrazné zlepšenie pozície na trhu.

Status - quo orientovaná cenová stratégia – v rámci orientácie cenovej stratégie mnohé firmy špecifikujú vlastnú cenovú stratégiu. Často sa stretávame s riadenými cenami, t.j. namiesto tvorby cien podľa denného sledovania trhu, si firmy tvoria svoje vlastné ceny. Úspešnosť tohto prístupu závisí od obchodného reťazca.

KRETTTER, A. a kolektív (2008) tvrdia, že *cenová stratégia* predstavuje postup pri realizácii cenovej politiky. Ide teda o aktivity, ktoré podnik uplatňuje pri predaji svojich výrobkov na trhu. Zvolená stratégia ovplyvňuje nielen úroveň ceny výrobku, ale aj spôsob jej aplikácie a využitie ďalších marketingových nástrojov pri presadení ceny na trhu. Koncipovanie cenovej stratégie je náročná a z hľadiska podnikateľských výsledkov veľmi dôležitá činnosť. Pre tvorbu vhodnej cenovej stratégie je nutné ďalej získať informácie nasledovného charakteru:

- povaha a rozsah spotrebiteľského dopytu po výrobku,
- stupeň konkurencie a jej očakávaný vývoj,
- základné podnikové ciele,
- náklady na výrobu a na odbyt výrobkov.

V podnikateľskej praxi sa najčastejšie uplatňujú nasledovné typy cenových stratégií:

- *stratégia prienikovej ceny* – podstatou je použitie nízkej ceny nového výrobku. Jej cieľom je vytvoriť čo najrýchlejšie masový trh výrobku, získať segmenty nízkych cien a odradiť konkurenciu od vstupu na trh.
- *stratégia maximálnej výnosnej ceny* – pri zavádzaní nového výrobku sa požaduje najprv vysoká cena a táto sa postupne v priebehu životného cyklu výrobku znižuje. Znižovanie ceny vedie k rozširovaniu trhu a k postupnému zachyteniu všetkých potencionálnych zákazníkov.
- *stratégia podpornej ceny* – pri predaji výrobkov sa aplikujú relatívne nízke ceny. Táto skutočnosť sa využíva ako podporný argument pri marketingovej komunikácii.
- *stratégia prémiovej ceny* – túto stratégiu reprezentujú vysoké ceny, je založená na značkových výrobkoch vysokej kvality.
- *stratégia bežnej ceny* – cena výrobku sa určuje na základe cien konkurencie uplatňovaných na trhu. Vychádza sa z toho, že bežná trhovú cenu reprezentuje kolektívnu múdrosť odvetvia, a teda zabezpečí primeranú návratnosť vložených prostriedkov.
- *stratégia cenovej diferenciácie* – cenová diferenciácia znamená, že ten istý výrobok sa ponúka rôznym zákazníkom na základe rozdielnych cien. Je založená na skutočnosti, že zákazníci majú odlišnú kúpnu silu a spotrebiteľské zvyklosti, a tým sa vytvára rozdielna intenzita dopytu a ponuky.

Podľa ŠIMA, D. (2008) postup, ako dosiahnuť stanovené ciele v oblasti ceny, sa charakterizuje ako *cenová stratégia*. Ďalej rozlišuje nasledovnú klasifikáciu cenových stratégií:

- *stratégia maximálneho zisku* – je krátkodobá, môže v istom časovom období zabezpečiť maximálny zisk, ale na druhej strane môže viesť k znižovaniu dopytu.
- *stratégia maximalizácie príjmov* – táto stratégia sa odvíja od odhadu dopytovej funkcie. Vzťahuje sa len k tržbám. Podnik vyrába maximálne množstvo produkcie, pre ktorú je zabezpečený odbyt. Predáva za cenu, ktorá je vyššia ako cena priemerná.
- *stratégia maximalizácie obratu* – odvíja sa od minimálnej ceny, ktorá by mala stimulovať a motivovať k získaniu čo najväčšieho počtu zákazníkov, a tým dosiahnuť veľký objem predaja.

- *stratégia „zberu smotánky“* – je opakom stratégie maximalizácie obratu. Ide o najefektívnejšiu stratégiu, ale súčasne aj o najnáročnejšiu z hľadiska riadenia. „Smotánkové ceny“ možno dosiahnuť vo všetkých fázach životného cyklu produktu.
- *stratégia maximálnej ceny za maximálnu kvalitu* – orientuje sa najmä na luxusný produkt a na mimoriadnu kvalitu.
- *stratégia prežitia podniku* – označuje sa ako krízová situácia. Táto stratégia nemôže mať dlhodobý charakter, ale slúži na preklopenie prechodného neúspechu na trhu.

KAJANOVÁ, J. (2005) vo svojej práci poznamenáva, že vypracovanie kvalitnej *cenovej stratégie* si vyžaduje znalosť a orientáciu v rôznych situáciách a podmienkach trhu, vhodnú východiskovú informačnú bázu tvorenú teoretickými i praktickými výsledkami, ktoré vznikli v rámci konkurenčného súťaženia. Kvalitné teoretické a praktické skúsenosti a súbor správnych relevantných informácií sú vhodným predpokladom pre úspešné stanovenie postupov a metód v cenovej oblasti jednotlivých podnikateľských subjektov.

1.4 Náklady a výnosy

BIELIK, P. (2006) vo svojej práci definuje *náklady* podniku ako peňažné čiastky, ktoré podnik účelne vynaložil na získanie výnosov. Náklady podniku môžeme definovať ako peňažné ocenenie spotreby výrobných faktorov vynaložených podnikom na jeho výkony (výrobky a služby) a ostatné účelovo vynaložené náklady spojené s jeho činnosťou. Náklady sú syntetickým ukazovateľom kvality práce podniku, lebo iba pomocou nich možno vyčíslieť, koľko stojí realizácia určitého výkonu. Náklady podniku totiž predstavujú hodnotové vyjadrenie spotreby výrobných prostriedkov a práce.

V tejto súvislosti musíme odlišovať náklady od výdavkov. Tieto pojmy tvoria dve stránky tej istej veci:

- o výdavok znamená zmenšenie objemu finančných prostriedkov podniku,
- o náklady predstavujú použitie prostriedkov podniku na určité výkony.

GURČÍK, Ľ. (2004) vymedzuje *náklady* ako finančné prostriedky vynaložené na zabezpečenie konkrétnych výrobkov, prác a služieb ako výsledkov (výstupov) výrobného,

resp. obchodného procesu. Náklady sú teda spotrebované výrobné faktory, oceňované v peňažných jednotkách.

Náklady rozdeľujeme podľa rôznych hľadísk. Základným hľadiskom členenia nákladov je členenie nákladov podľa druhov. Na základe tohto hľadiska sa členia do nasledovných skupín:

- *náklady na hospodársku činnosť* – patria sem: spotreba materiálu a energie, náklady na služby (opravy a udržiavanie, cestovné, prepravné), osobné náklady (mzdové, sociálne náklady a sociálne poistenie), dane a poplatky, odpisy, tvorba rezerv na hospodársku činnosť a zúčtovanie komplexných nákladov budúcich období, tvorba opravných položiek do nákladov na hospodársku činnosť, ostatné náklady na hospodársku činnosť,
- *finančné náklady* – patria sem: predané cenné papiere a podiely, náklady na krátkodobý finančný majetok, náklady a precenenie cenných papierov a náklady na derivatové operácie, nákladové úroky, kurzové straty, ostatné náklady na finančnú činnosť, tvorba rezerv na finančnú činnosť, prevod finančných nákladov,
- *mimoriadne náklady* – patria sem: náklady účtovnej skupiny 58 – náklady na zmenu metódy, škody, tvorba rezerv, tvorba opravných položiek, ostatné mimoriadne náklady.

RAJČÁNIOVÁ, M. (2007) konštatuje, že *náklady* sa často nesprávne stotožňujú s pojmom *výdavky*. Výdavky predstavujú zníženie objemu peňažných prostriedkov podniku a vznikajú v momente úhrady, zatiaľ čo náklad vzniká v momente spotreby výrobného činiteľa. Vzhľadom na uvedené definície nákladov a výdavkov, dochádza medzi týmito kategóriami v určitých prípadoch k vecnému a časovému nesúladu. K časovému nesúladu dochádza vtedy, ak úhrada za nákup výrobných činiteľov je uskutočňovaná v inom účtovnom období ako ich spotreba.

Na základe toho možno hovoriť o:

- *nákladoch budúcich období* – k úhrade za použitie výrobného činiteľa dochádza v bežnom období avšak k jeho spotrebe až v budúcom období (napr. nájomné platené vopred),
- *výdavkoch budúcich období* – najskôr dochádza k spotrebe výrobného činiteľa, zatiaľ čo k úhrade dôjde až v budúcom období (napr. nájomné platené dozadu).

Okrem časového nesúladu dochádza aj k vecnému (obsahovému) nesúladu medzi nákladmi a výdavkami:

- odpisy sú nákladom, no nie sú výdajom podniku,
- splátky úveru nie sú nákladom, ale sú len peňažným výdajom.

Členenie nákladov z hľadiska rozhodovania podniku o tom, koľko outputu by mal vyrábať:

- *celkové náklady* – súčet všetkých fixných a variabilných nákladov, predstavuje peňažné výdavky potrebné na výrobu príslušného objemu outputu,
- *marginálne náklady* – dodatočný náklad, ktorý vznikne výrobou o jednu jednotku outputu viac, nazývame marginálny náklad alebo aj hraničný náklad. Čiže o koľko sa zmení náklad ak sa zmení výroba o jednu jednotku.

SAMUELSON, A. – NORDHAUS, D. (2000) vo svojej práci vymedzujú *náklady* ako:

- *celkové náklady (TC)* – predstavujú najnižšie celkové peňažné výdavky potrebné na výrobu príslušného objemu outputu q . Ak rastie q , rastie aj TC . Celkové náklady sa rovnajú fixné plus variabilné náklady: $TC = FC + VC$,
- *variabilné náklady (VC)* – predstavujú výdavky, ktoré sa menia s objemom outputu,
- *fixné náklady (FC)* – predstavujú celkové peňažné výdavky, ktoré treba zaplatiť aj keď sa nevyrába nijaká output. Zmeny v množstve outputu neovplyvňujú výšku fixných nákladov. Nazývajú sa tiež režijné alebo stratené náklady,
- *hraničné náklady (MC)* – označujú dodatočné náklady alebo prírastok nákladov, ak vyrábame o jednu jednotku outputu viac.
- *priemerné náklady (AC)* – sú celkové náklady vydelené celkovým počtom vyrobených jednotiek.

Podľa PATAKYHO, J. – HACHEROVEJ, Ž. – KOČNERA, M. (2006) *náklady* vyjadrujú zníženie ekonomických úžitkov počas účtovného obdobia vo forme zníženia majetku alebo zvýšenia záväzkov. Uvedené typy účtovných prípadov znižujú zisk v bežnom účtovnom období, teda majú vplyv na zníženie vlastného imania.

Ďalej vysvetľujú, že náklady predstavujú druhové členenie prvotných nákladov, ktoré vznikli pri ich vstupe do účtovníctva podniku. Sú to externé náklady, ktoré vznikli zo spotreby (opotrebenia) majetku, prác a služieb od externých dodávateľov. Sú tu

zaúčtované aj niektoré interné (druhotné) náklady, napríklad z darovaných zásob vlastnej výroby, použité výrobky na reprezentačné účely, manká a škody na zásobách vlastnej výroby.

BOREKOVÁ, B. (2006) hovorí, že *náklad* najvšeobecnejšie možno vyjadriť ako vynaloženie, t. j. spotrebu materiálnych prostriedkov, služieb a živej práce v peňažnom vyjadrení.

V rastlinnej výrobe hodnota nákladov na jednotlivé produkty je veľmi odlišná a súvisí predovšetkým s:

- prírodnými podmienkami,
- druhom a odrodou,
- očakávanou úrodou,
- skutočnou úrodou,
- použitou technológiou,
- úrovňou organizácie a riadenia pracovných procesov,
- systémom kalkulácií nákladov a ocenenia produkcie,
- koncentráciou,
- kvalitou pracovných síl a spôsobom odmeňovania.

V živočíšnej výrobe výšku vlastných nákladov ovplyvňuje najmä veľkosť naturálnej spotreby vstupov a ich cena, efektívne zhodnotenie týchto vstupov, podiel spotreby nakúpených a vyrobených krmív a ceny týchto krmív, u zvierat základného stáda dĺžka reprodukčnej doby. Nákladovosť tiež ovplyvňuje aj využitie kapacít, technológie a kvalita pracovnej sily a podobné.

BIELIK, P. (2006) tvrdí, že *výnosy* podniku sú peňažnou čiastkou, ktorú podnik získal zo všetkých svojich činností za určité účtovné obdobie bez ohľadu na to, či v tomto období došlo k ich úhrade. Hlavnými výnosmi výrobného podniku sú tržby získané z predaja výrobkov, tovarov a poskytnutých služieb.

PATAKY, J. – HACHEROVÁ, Ž. – KOČNER, M. (2006) vo svojej práci píše, že *výnosy* predstavujú zvýšenie ekonomických úžitkov počas účtovného obdobia vo forme zvýšenia majetku alebo zníženia záväzkov. Uvedené typy účtovných prípadov zvyšujú zisk za bežné účtovné obdobie, teda majú vplyv na zvýšenie vlastného imania.

Ďalej vysvetľujú, že *výnosy* vyjadrujú vynahradenie (reprodukovanie) vynaložených nákladov za účtovné obdobie. Ich priradením k vynaloženým nákladom predstavujú

základnú zložku tvorby výsledku hospodárenia v príslušnej činnosti. Pri ich zaúčtovaní musí byť vyjadrený aktuálny princíp, t. j. uznanie výnosu k dňu vzniku účtovného prípadu, nie ku dňu jeho inkasa (prírastku peňažných prostriedkov).

Podľa vzniku výnosov ich možno členiť na:

1. *prvotné (externé) výnosy* – vznikajú ku dňu predaja majetku, prác a služieb, napr. tržby z predaja výrobkov, tržby z predaja tovaru, tržby z predaja materiálu a pod. Okrem tržieb sú externými výnosmi aj iné výnosy prameniace z vonkajšieho okolia, napr. výnosové (prijaté, kreditné) úroky, kurzové rozdiely, prijaté pokuty a penále, priznané náhrady za manká a škody a pod.
2. *druhotné (interné) výnosy* – ktoré sa viažu k fáze rozpracovania a finalizácie zásob vlastnej výroby (nedokončenej výroby, polotovarov vlastnej výroby, výrobkov a zvierat), ako aj interné výnosy z aktivácie – odovzdania majetku a podnikových služieb pre vlastné potreby podniku, napr. obstaranie dlhodobého hmotného majetku vo vlastnej réžii, doprava nakúpeného materiálu vlastným podnikovým autom a pod.

GURČÍK, Ľ. (2004) vymedzuje výnosy ako peňažnú čiastku, ktorú podnik získal zo svojich činností za určité účtovné obdobie. Aj výnosy sa členia na externé (podnikové) výnosy, ako aj interné (vnútropodnikové) výnosy, ktoré súvisia s objemom výkonov uskutočnených v konkrétnom vnútropodnikovom útvare.

Vo svojej práci **SAMUELSON, A. – NORDHAUS, D. (2000)** definujú výnosy ako:

Výnosy z kapitálu – predstavujú rast hodnoty kapitálových aktív, ako sú pôda alebo účastiny. Je to rozdiel medzi predajnou a nákupnou cenou aktív.

Výnosy z rozsahu – vyjadrujú reakciu celkového produktu, ak sa všetky inputy zvyšujú proporcionálne. Konštantné výnosy z rozsahu predstavujú prípad, keď zmena vo všetkých inputoch vedie k rovnako veľkej zmene outputu. Rastúce výnosy z rozsahu vznikajú, keď zvýšenie všetkých inputov vedie k viac než proporcionálnemu zvýšeniu množstva outputu. Klesajúce výnosy z rozsahu vznikajú vtedy, keď rovnomerné zvýšenie všetkých inputov vedie k menej než proporcionálnemu zvýšeniu outputu.

Podľa **RAJČÁNIOVEJ, M. (2007)** výnosy predstavujú peňažnú čiastku, ktorú podnik získal zo všetkých svojich činností za určité účtovné obdobie bez ohľadu na to, či

v tomto období došlo k ich úhrade, pričom sa vychádza z princípu aktuálnosti v účtovníctve, podľa ktorého sa výnosy a náklady účtujú v období, s ktorým vecne a časovo súvisia. Výnosy sa tak odlišujú od príjmov, náklady sa odlišujú od výdajov a zisk sa odlišuje od konečného stavu peňažných prostriedkov.

Hlavnými výnosmi výrobného podniku sú tržby získané z predaja tovaru, vlastných výrobkov a poskytnutých služieb. Tržby sú rozhodujúcou súčasťou podnikových výnosov a majú významný vplyv na tvorbu výsledku hospodárenia podniku.

Zisk je rozdielom medzi výnosmi a nákladmi, tvrdí **ČUNDERLÍK, D. (1998)** vo svojej práci. Existujú dva spôsoby jeho zvyšovania, a to:

1. znižovanie nákladov,
2. zvyšovanie výnosov.

Oba spôsoby predstavujú vysoko komplexné faktory, ovplyvňované radom ďalších činiteľov. Táto skutočnosť je niekedy aj ich nevýhodou, keďže neraz v kategórii zisku splývajú kladné a záporné spôsoby jeho získavania. Napríklad zisk možno zvýšiť nielen zvyšovaním hospodárnosti vo výrobe, ale i zanedbávaním bezpečnosti práce a ochrany životného prostredia, využívaním monopolného postavenia, využitím medzier v legislatíve. Zisk je dôležitou súčasťou pomenovaných ukazovateľov, predovšetkým:

- rentability podniku (zisk / celkový kapitál)
- rentability výnosov, resp. tržieb (zisk / výnosy, resp. zisk / tržby)
- nákladovej rentability (zisk / náklady)
- rentability vlastného kapitálu (zisk / vlastný kapitál).

1.5 Úspešnosť podnikania

MIŽIČKOVÁ, E. (2004) uvádza *podnik* ako súbor hmotných, ako aj osobných a nehmotných zložiek podnikania. K podniku zároveň patria veci, práva a iné majetkové hodnoty, ktoré patria podnikateľovi a slúžia na prevádzkovanie podniku.

Ďalej vysvetľuje, že *podnikanie* je ekonomická činnosť, ktorú vyvolávajú požiadavky trhu, preto možno uviesť, že podnikanie je taká ľudská činnosť, ktorá je orientovaná na dosiahnutie rovnovážneho stavu na trhu. V súčasnom období zisk sa považuje v podnikaní za základný motivačný faktor, ktorý podnecuje, navrhuje a stimuluje podnikateľa. Cieľavedomosť treba pokladať za základný predpoklad úspešného podnikania a tým aj úspešného postavenia na trhu.

ALEXY, J. – SIVÁK, R. (2005) tvrdia, že *podnikateľskú činnosť* predstavuje súbor aktivít, ktorými sa uskutočňujú podnikateľské ciele. Ide o ľudskú činnosť, ktorá je zameraná na uspokojenie potrieb jednotlivcov i celej spoločnosti. Cieľom podnikania je dlhodobá ekonomická a sociálna prosperita spoločnosti založená na aktívnom správaní sa podnikateľských subjektov. Podnikateľské správanie zahŕňa racionálne uskutočňovanie podnikateľských činností, ktoré zabezpečujú existenciu a ďalší rozvoj podnikateľského subjektu v konkurenčnom prostredí. Podstatnú náplň podnikania tvorí invenčná a inovačná činnosť, ktoré dávajú trhovej ekonomike akceleráciu a dynamický pohyb. Základným prvkom, ktorý stimuluje podnikateľskú činnosť je zisk.

BIELIK, P. – GURČÍK, Ľ. – DVOŘÁK, M. – BLCHÁČ, J. (2005) vysvetľujú *podnik* ako formu podnikateľskej činnosti, v rámci ktorej dochádza k cieľavedomému spájaniu hmotných, finančných a ľudských zdrojov v jednej výrobo-organizačnej jednotke s uzatvoreným obratom hodnoty a cieľom produkovať úžitkové hodnoty pre potreby trhu a pre vlastné uspokojenie potrieb subjektu. Úlohou podniku je vyrábať tovar a poskytovať služby na uspokojenie potrieb ľudí. Potrebné činnosti musia prebiehať rozvážne, plánovito, aby podnik optimálnym spôsobom dosahoval stanovené ciele.

VLACHYNSKÝ, K. a kolektív (2006) vo svojej práci konštatujú, že *podnik* je právne a ekonomicky samostatná plánovite organizovaná hospodárska jednotka produkujúca výrobky a služby pre trh. Činnosti prebiehajúce v podniku sa charakterizujú ako *podnikanie*. Bez ohľadu na hospodársky systém, v rámci ktorého podnik pôsobí, podnikanie rešpektuje tri základné princípy:

- kombináciu používaných výrobných faktorov tak, aby zabezpečovali požadovanú produkciu výrobkov a služieb,
- s tým súvisiaci princíp hospodárnosti, t.j. snahu dosahovať optimálny vzťah medzi vstupom a výstupom,
- princíp hospodárnosti rovnováhy a zabezpečujúci trvalú schopnosť podniku načas uhrádzať svoje finančné záväzky.

KRETTTER, A. a kolektív (2008) tvrdia, že *úspešnosť podnikateľského subjektu* závisí od schopnosti neustále sa prispôsobovať rýchle sa meniacim podmienkam trhu. Marketing, a s ním spojené činnosti, ktoré podnik alebo organizácia vykonávajú, podliehajú systematickému riadeniu smerujúcemu k zabezpečeniu zhody medzi cieľmi

a zdrojmi organizácie na jednej strane a príležitosťami a ohrozeniami na trhu na druhej strane. Riadenie marketingovej činnosti zabezpečuje prepojenie podmienok na trhu s ekonomickými záujmami podniku.

V ďalšej časti práce vysvetľujú, že marketingové prostredie podniku pozostáva z činiteľov a tlakov vonkajšieho marketingu, ktoré viac alebo menej výrazne ovplyvňujú marketingovú riadiacu spôsobilosť vyvíjať a udržiavať úspešné vzťahy s cieľovými skupinami zákazníkov. Marketingové prostredie poskytuje príležitosti a ohrozenia. Úspešnosť podnikov závisí od ich schopnosti pravidelne sledovať a adaptovať sa na environmentálne zmeny. Marketingoví pracovníci podniku nesú hlavnú zodpovednosť za identifikáciu významných zmien.

ČUNDERLÍK, D. (1998) vo svojej práci poznamenáva, že *klúčové faktory úspechu* pozostávajú z troch alebo štyroch hlavných determinantov finančného a konkurenčného úspechu. Predstavujú mimoriadne schopnosti a spôsobilosti, ktoré sú nevyhnutné pre úspešné súťaženie v odvetví. Slúžia ako základné kamene, na ktorých sa buduje podnikateľská stratégia. Klúčové faktory úspechu sa v jednotlivých odvetviach líšia podľa toho, ako sa menia ekonomické parametre, hybné sily a konkurenčné podmienky.

Medzi najčastejšie sa vyskytujúce klúčové faktory úspechu patria:

a) technické faktory:

- úroveň výskumno-vývojovej základne

b) výrobné faktory:

- vysoké využitie fixných aktív (v odvetviach s vysokými fixnými nákladmi),
- dostatok kvalifikovaných pracovných síl,
- vhodné umiestnenie výrobnjej prevádzky (regióny s lacnou pracovnou silou, nízke dopravné náklady),

c) distribučné faktory:

- vlastná maloobchodná sieť,
- nízke distribučné náklady,

d) marketingové faktory:

- poskytovanie výnimočných popredajných služieb,
- rýchle dodávky,
- rýchle výrobné inovácie,
- atraktívne balenie,

e) ostatné faktory:

- priaznivá povest' a dobré meno u spotrebiteľov,
- prístup k finančnému kapitálu (dôležité pre rizikové odvetvia),
- patentová ochrana,
- celkové nízke náklady.

BOROVSKÝ, J. (2005) vo svojej práci píše, že konkurencieschopnosť, ktorá je v trhovom prostredí *základným atribútom úspechu*, vyvoláva trvalý tlak na zlepšovanie a uskutočňovanie radikálnych zmien vo všetkých súvislostiach, v ktorých sa človek nachádza. Pre zvyšovanie konkurencieschopnosti organizácií je potrebné identifikovať faktory, ktorých riadenie umožňuje jej rast. Patria sem nasledovné faktory:

- a. **Konkurencieschopný produkt** – je výsledkom všetkých procesov, ktoré predchádzajú procesu predaja. Dominujúcu úlohu v nich zohráva tvorba nového produktu.
- b. **Časový rozmer** – nadobúda stále väčšiu dôležitosť. Jeho rešpektovanie vyžaduje jednak neustále zdokonaľovanie informačných technológií, ako aj také zdokonaľovanie organizácie, ktoré zrýchli priebeh všetkých procesov.
- c. **Súhrnné pôsobenie organizácie** – konkurenčný faktor, ktorý sa buduje dlhodobo. Niektoré faktory je však možné zlepšovať radikálne, napríklad geografickým umiestnením.
- d. **Komunikačné schopnosti** – rozhodujúcim faktorom je organizačná kultúra a kvalita ľudského prvku v nej.
- e. **Kapitálová sila** – faktor, ktorý má rozhodujúci vplyv v prípade rastových stratégií jednak ako podmieňujúci prvok expanzie, zároveň však ako faktor zvyšujúci dôveryhodnosť firmy. Jej posilňovanie závisí jednak od rentability firmy, jednak od kapitálovej sily vlastníkov.
- f. **Aliančný faktor** – je ovplyvňovaný predovšetkým stratégiou firmy a zodpovedajúcou organizačnou kultúrou.

BIELIK, P. (2002) definuje, že z hľadiska výrobného procesu hospodárnosť a efektívnosť považujeme za rozhodujúce ekonomické kategórie, ktoré súvisia s kritériom racionálnosti. Hospodárnosť a efektívnosť predstavujú dve stránky výrobného procesu. Spôsoby nakladania a snaha znižovať náklady výroby sú prejavom hospodárnosti. Základný efekt, ktorý prechádza procesom transformácie je výstupom, ktorého efektom je

efektívnosť výroby. Zisk je rozdiel medzi výstupom a vstupom. Ak je dosiahnutá strata, potom výrobný proces prebiehal neefektívne. Súčasne nám celý tento proces (tieto dve fázy) poukazuje na vzájomnú súvislosť hospodárnosti a efektívnosti. Z pohľadu výrobného procesu efektívnosť je vyššia kategória ako proces hospodárnosti. Ak sú efekty konštantné je predpoklad rastu zisku.

Podľa **MALEGU, P. a VIDOVEJ, J. (2007)** o ekonomickú efektívnosť ide vtedy, ak náklady výroby daného objemu výroby sú najnižšie ako je to možné. Závisí na cenách faktorov výroby. Je definovaná ako vzťah hodnoty outputu ku hodnotenie inputu.

ALEXY, J. (2006) vo svojej práci konštatuje, že ukazovatele rentability vyjadrujú výsledok podnikového úsilia a predstavujú syntézu výsledkov, pri ktorých sa premieta úroveň a vývoj likvidity, aktivity a zadlženosti. Spoločné pre ukazovatele rentability je, že konfrontujú spravidla čistý výsledok podnikovej činnosti so základom, ktorý sa vyjadruje objemom vloženého kapitálu alebo objemom podnikovej činnosti. Cieľom každej podnikateľskej činnosti je dosiahnuť čo najvyššie zhodnotenie vlastného kapitálu, teda maximalizovať rentabilitu vlastného kapitálu.

ZALAI, K. (2003) zaznamenáva, že ukazovatele rentability vyjadrujú výslednosť (výnosnosť) podnikového úsilia. Do ich úrovne a vývoja sa premietajú úrovne a vývoj likvidity, aktivity a zadlženosti a ukazovatele rentability ich tak zhŕňajú (syntetizujú). Spoločné pre rôzne konštruované ukazovatele rentability je, že spravidla konfrontujú finančný výsledok podnikovej činnosti (výsledok hospodárenia) so základom (menovateľom), ktorý najčastejšie vyjadruje objem vloženého kapitálu (viazané vstupy), alebo objem podnikovej činnosti (spotrebované vstupy).

1) Ukazovatele rentability, ktoré hovoria o tom, koľko Sk sledovaného zisku vyprodukovala 1 Sk sledovaného kapitálu:

- a) $\text{ROI (Return of Investment)} = \text{čistý zisk} + \text{úroky} / \text{celkový kapitál}$
- b) $\text{ROA (Return on Assets)} = \text{čistý zisk} / \text{aktíva}$
- c) $\text{ROE (Return on Equity)} = \text{čistý zisk} / \text{vlastný kapitál}.$

2) Ukazovatele rentability, ktoré merajú zisk k objemu podnikovej činnosti, a tak vlastne vyjadrujú zhodnotenie spotrebovaných výrobných činiteľov, sú nasledovné:

- a) Rentabilita tržieb = čistý zisk / tržby
- b) Rentabilita výnosov = čistý zisk / výnosy

2. Cieľ práce

Hlavným cieľom diplomovej práce s názvom „Cenová politika ako rozhodujúci nástroj úspešnosti podnikania“ je analýza cien vstupov a výstupov pri výrobe hlavných komodít rastlinnej výroby – kukurica na zrno, pšenica ozimná, jačmeň jarný a repka olejná - spoločnosti A a hodnotiť ich vplyv na úspešnosť úseku rastlinnej výroby ako aj z hľadiska spoločnosti ako celku.

Na dosiahnutie hlavného cieľa diplomovej práce je potrebné splniť aj niekoľko parciálnych cieľov. Parciálne ciele diplomovej práce sú členené nasledovne:

- základná charakteristika spoločnosti A, na základe ktorej sme prácu realizovali, cieľom tejto časti je poskytnúť základné informácie o spoločnosti, o hlavných úsekoch jej činnosti ako sú rastlinná a živočíšna výroba.
- ekonomická charakteristika spoločnosti A pre posúdenie jej majetkovej a kapitálovej štruktúry ako aj výsledku hospodárenia.
- analýza cien vstupov potrebných pre produkciu hlavných komodít RV v spoločnosti A. Tento cieľ zahŕňa porovnávanie trhovej ceny a cien vstupov nevyhnutných na produkciu jednej jednotky komodity, analýzu štruktúry nákladových položiek a výnosov na jeden hektár pestovanej komodity a na koniec hodnotenie ukazovateľov rentability nákladov a nákladovosti výnosov a vplyv realizačných cien komodít na ich dosiahnuté výsledky.
- analýza cien výstupov hlavných plodín RV spoločnosti A. Obsahom tohto cieľa je analyzovať, hodnotiť a graficky znázorniť vývoj priemerných realizačných cien počas sledovaného obdobia 2008 – 2010.
- analýza úspešnosti spoločnosti ako celku na základe vybraných ukazovateľov rentability, matice efektívnosti a hodnotiť vplyv realizačných cien rastlinných výrobkov na ich nadobudnuté výsledky. Tento cieľ pozostáva aj z hodnotenia finančnej situácie spoločnosti A za pomoci CH – indexu.
- poskytnutie návrhov a opatrení na zlepšenie situácie spoločnosti A.

Po uskutočnení týchto parciálnych cieľov bude dosiahnutý hlavný cieľ diplomovej práce. Výsledky hlavného cieľa a čiastkových cieľov v závere zhrnieme a vyhodnotíme.

3. Metodika práce

Základné zdroje na vypracovanie tejto diplomovej práce sme získali od spoločnosti A, ktorá chcela ostať v anonymite, z dôvodu ochrany osobných údajov. Pre lepšiu prehľadnosť môžeme uviesť, že je to poľnohospodársky podnik z oblasti Žitného ostrova. Táto spoločnosť bola založená v roku 1993 ako akciová spoločnosť transformáciou poľnohospodárskeho družstva.

Spoločnosť sa zameriava na poľnohospodársku prvovýrobu a s ním súvisiace pomocné činnosti. Hlavné úseky činností sú: rastlinná, živočíšna a pomocná výroba.

Hlavné zdroje a podklady pre vyhotovenie diplomovej práce:

- Súvaha v plnom rozsahu za roky 2008 – 2010 – podklad pre analýzu štruktúry majetku a kapitálu spoločnosti A
- Výkaz ziskov a strát za roky 2008 – 2010 – podklad pre zistenie údajov o nákladoch, výnosoch a výsledku hospodárenia
- Vnútropodniková evidencia, smernice a výročné správy z jednotlivých sledovaných rokov
- Konzultácia s predstavenstvom a hlavnou ekonómkou spoločnosti A.

3.1 Základná charakteristika spoločnosti

V tejto časti sme spracovali základné údaje o predmete činnosti podniku, o jeho právnej forme, štruktúre výroby a zamestnaneckej politiky. Podrobnejšie sme sa zamerali na analýzu rastlinnej a živočíšnej výroby, ktoré sú hlavnými predmetmi činnosti:

- zamestnanci – hodnotenie ich štruktúry podľa vekovej kategórie a stupňa vzdelávania
- rastlinná výroba – analýza na základe veľkosti zberových plôch a hektárových úrod v jednotlivých sledovaných rokoch za pomoci tabuliek
- živočíšna výroba – hodnotenie ich stavu na základe celkového počtu hospodárskych zvierat za pomoci prehľadných tabuliek

3.2. Ekonomická charakteristika

Ekonomickú charakteristiku spoločnosti som rozdelila do dvoch podkapitol, z ktorej prvá je analýza majetkovej a kapitálovej štruktúry a v druhej som sa zaoberala analýzou výsledku hospodárenia:

- súvaha – porovnanie hlavných súvahových položiek podľa jednotlivých analyzovaných rokov a znázornenie stavu v tabuľkách
- výkaz ziskov a strát – porovnanie výsledku hospodárenia za účtovné obdobia, podľa jednotlivých činností za sledované roky za pomoci tabuliek

3.3 Analýza cenovej politiky

Táto časť vlastnej práce pozostáva z dvoch významných a rozsiahlych dielov. Prvý bod tvorí analýza cien vstupov hlavných komodít rastlinnej výroby. Druhý sa zaoberá analýzou cien výstupov hlavných komodít rastlinnej výroby.

V časti analýze cien vstupov sme ďalej rozviedli tvorbu ceny, štruktúru nákladových položiek, nákladovosť výnosov a rentabilitu nákladov. Na hodnotenie týchto údajov sme využili nasledovné podklady, vzťahy a vzorce:

- pre výpočet zisku (straty) z pestovania jednotlivých komodít sme použili porovnanie cien vstupov s trhovou cenou
- štruktúru nákladových položiek sme vyhodnotili na základe vnútropodnikovej evidencie spoločnosti a znázornila na jednotlivých grafoch

$$\text{Nákladovosť výnosov} = \frac{\text{celkové náklady}}{\text{celkové výnosy}}$$

keď hodnota ukazovateľa je menšia ako 1, spoločnosť sa nachádza v priaznivej situácii

keď hodnota ukazovateľa je väčšia ako 1, spoločnosť sa nachádza v nepriaznivej situácii

$$\text{Rentabilita nákladov} = \frac{\text{celkové výnosy}}{\text{celkové náklady}}$$

keď hodnota ukazovateľa je menšia ako 1, spoločnosť sa nachádza v nepriaznivej situácii
 keď hodnota ukazovateľa je väčšia ako 1, spoločnosť sa nachádza v priaznivej situácii

V časti analýzy cien výstupov hlavných plodín rastlinnej výroby sme analyzovali vývoj priemerných realizačných cien na základe pokladov vnútropodnikovej evidencie spoločnosti a zosumarizovali v tabuľkách a grafoch pre jednotlivé sledované roky.

3.4. Úspešnosť podnikania spoločnosti A

Úspešnosť podnikania sme charakterizovali za pomoci ukazovateľov rentability, efektívnosti spoločnosti a CH – indexu. Pre analýzu týchto ukazovateľov a metód sme použili nasledovné vzorce a podklady:

Ukazovatele rentability

$$\text{RCK} = \frac{\text{čistý zisk} + \text{nákladové úroky} \cdot (1 - \text{sadzba dane})}{\text{celkový kapitál}}$$

Ukazovateľ hodnotí, či podnik efektívne hospodári so všetkými prostriedkami viazanými v podniku, s akou intenzitou sa reprodukuje kapitál vložený do podniku. Mal by dosahovať maximálne hodnoty.

$$\text{RVK} = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{vlastný kapitál}}$$

Ukazovateľ by mal zaujímať najmä vlastníkov podniku, lebo informuje o efektívnosti využitia vlastného kapitálu. Investori podľa neho môžu zistiť, či je ich kapitál reprodukováný s náležitou intenzitou zodpovedajúcou riziku investície.

$$\text{RZI} = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{základné imanie}}$$

Vyjadruje, koľko zisku pripadá na 1 euro základného imania.

$$RT = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{Tržby}}$$

Odpovedá na otázku, koľko zisku vyprodukovala firma na 1 euro tržieb.

$$RCN = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{celkové náklady}}$$

Vyjadruje aký pomer má zisk na vynaložených celkových nákladoch podniku.

$$RCV = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{celkové výnosy}}$$

Informuje o výške zisku, ktorý pripadá na 1 euro výnosov.

Zdroj: Gurčík, Ľ., Miklovičová, J. (2009): Príklady na cvičenia z finančno-ekonomickej analýzy

Matica efektívnosti

Ide o sústavu ukazovateľov, ktorá pozostáva z horizontálnych a vertikálnych kombinácií ukazovateľov, ktoré môžeme obmieňať, a tým kvantifikovať rôzne ekonomické javy v podniku. Matice efektívnosti pozostáva zo štyroch kvadrantov.

Prvý kvadrant je tvorený ukazovateľmi efektívnosti, ktoré dávajú do pomeru výstupy a vstupy. Ak chceme hovoriť o efektívnosti v danom podniku, všetky kombinácie ukazovateľov by mali mať kladnú hodnotu a rastúci trend.

Druhý kvadrant vyjadruje vzťahy medzi vstupmi. Napríklad podiel DHM a počtu pracovníkov.

Tretí kvadrant vyjadruje vzťahy medzi výstupmi. Môžeme tu kvantifikovať napríklad rentabilitu produkcie alebo rentabilitu výnosov.

Štvrtý kvadrant sa skladá z ukazovateľov náročnosti, vyjadrených ako podiel vstupov a výstupov. Ich hodnoty by mali byť čo najnižšie.

Tabuľka 1 Matica efektívnosti

Rok		Výstupy			Vstupy		
		Z	P	V	PP	DHM	N
		Ukazovatele efektívnosti			Vzťahy medzi vstupmi		
PP		Z/PP	P/PP	V/PP	1	DHM/PP	N/PP
DHM		Z/DHM	P/DHM	V/DHM	PP/DHM	1	N/DHM
N		Z/N	P/N	V/N	PP/N	DHM/N	1
		Vzťahy medzi výstupmi			Ukazovatele náročnosti		
Z		1	P/Z	V/Z	PP/Z	DHM/Z	N/Z
P		Z/P	1	V/P	PP/P	DHM/P	N/P
V		Z/V	P/V	1	PP/V	DHM/V	N/V

Zdroj: Bielík, P. a kol. (2002): Ekonomika podnikov

CH – index

Na základe výsledkov testovania vhodnosti a významnosti finančných ukazovateľov pre predikčnú analýzu vybrala päť ukazovateľov pre zostavenie vlastnej rovnice na výpočet indexu:

$$CH = 0,37 x_1 + 0,25 x_2 + 0,21 x_3 - 0,10 x_4 - 0,07 x_5$$

Kde:

x_1 – zisk po zdanení / celkový kapitál * 100

x_2 – zisk po zdanení / tržby * 100

x_3 – cash flow / záväzky

x_4 – záväzky / tržby * 365

x_5 – cudzí kapitál / celkový kapitál * 100

Do jednotlivých kategórií zaradujeme podniky podľa nasledujúcich kritérií:

$CH \geq 2,5$ – prosperujúce podniky

$- 5 < CH < 2,5$ – priemerné podniky

$CH \leq - 5$ – neprosperujúce podniky.

Zdroj: Gurčík, Ľ. (2004): Podnikateľská analýza a kontroling

4. Vlastná práca

Výsledky diplomovej práce sme rozdelili na štyri podkapitoly, v ktorých sa zaoberáme základnou a ekonomickou charakteristikou spoločnosti, analýzou cien vstupov a výstupov hlavných komodít rastlinnej výroby a hodnotením úspešnosti podnikania danej spoločnosti.

4.1 Základná charakteristika spoločnosti

Analyzovaná spoločnosť sa nachádza v Trnavskom kraji v okrese Dunajská Streda. Bola založená v roku 1993 ako akciová spoločnosť v dôsledku transformácie poľnohospodárskeho družstva.

Spoločnosť sa zameriava na poľnohospodársku prvovýrobu a s ním súvisiace pomocné činnosti. Hlavné úseky činností sú:

- ❖ rastlinná výroba
- ❖ živočíšna výroba
- ❖ pomocná výroba.

Predmet činnosti:

- maloobchod s mäsom a mäsovými výrobkami
- maloobchod so zmiešaným tovarom
- maloobchod s ovocím a zeleninou
- spracovanie ovocia, zeleniny a zemiakov
- výroba rastlinných a živočíšnych tukov
- výroba pekárenských výrobkov vrátane cukrárenských, okrem trvanlivých výrobkov
- údržba a oprava motorových vozidiel
- výroba a oprava poľnohospodárskych strojov
- vykonávanie priemyselných, bytových a občianskych stavieb
- cestná nákladná doprava
- rastlinná výroba
- živočíšna výroba
- výroba hroznového vína
- výroba hotových krmív
- prevádzkovanie závodného stravovania.

4.1.1 Zamestnanci

Spoločnosť A zamestnáva pracovníkov z rôznych vekových kategórií a s rozličným stupňom vzdelávania, vo väčšine prípadov sa jedná o ľudí do 60 rokov. Celkový počet zamestnancov má klesajúcu tendenciu.

Tabuľka 2 Počet a štruktúra zamestnancov podľa veku (v ks)

Vek	roky			
	2007	2008	2009	2010
do 25 rokov	10	3	3	3
26 - 45 rokov	124	63	63	58
46 - 60 rokov	93	125	110	98
nad 60 rokov	0	1	0	0
Spolu	227	192	176	159

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A

V roku 2007 spoločnosť zamestnávala 227 pracovníkov a v minulom roku celkový počet zamestnancov bol už len na úrovni 159, čo znamená zníženie počtu pracovníkov o 68 osôb, v percentuálnom vyjadrení je to približne 30 %-ný pokles. V roku 2007 najväčší podiel z celkového počtu zamestnancov činili pracovníci vekovej kategórie od 26 do 45 rokov. V ďalších sledovaných rokoch najväčší podiel predstavovali zamestnanci vekovej kategórie od 46 do 60 rokov.

Tabuľka 3 Počet a štruktúra zamestnancov podľa vzdelania (v ks)

Vzdelanie	roky			
	2007	2008	2009	2010
Základné	56	51	48	48
OU bez maturity	74	87	78	64
stredné všeobecné	40	16	15	14
stredné odborné	49	29	27	26
Vysokoškolské	8	9	8	7
Spolu	227	192	176	159

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A

Spoločnosť A v roku 2010 zaznamenáva 48 zamestnancov so základným vzdelávaním, 64 zamestnancov so stredoškolským vzdelávaním bez maturity, 14 zamestnancov so stredoškolským vzdelávaním s maturitou zo všeobecnej oblasti, 26

zamestnancov so stredoškolským vzdelávaním s maturitou z odbornej oblasti a 7 zamestnancov s vysokoškolským vzdelávaním II. stupňa.

Počet pracovníkov so základným vzdelávaním z roku na rok klesá. V roku 2010 počet týchto pracovníkov dosahuje 48, čo znamená zníženie o 8 pracovníkov oproti roku 2007. Počet pracovníkov so stredoškolským vzdelávaním bez maturity má kolísavý charakter. Počty pracovníkov so stredoškolským vzdelávaním s maturitou zaznamenávajú klesajúcu tendenciu. Počet pracovníkov s vysokoškolským vzdelávaním II. stupňa predstavuje mierne kolísavý charakter.

4.1.2 Rastlinná výroba

Spoločnosť obhospodaruje viac ako 4 tisíc ha poľnohospodárskej pôdy v kukuričnej oblasti. Zameriava sa na pestovanie obilnín (kukurica, pšenica, jačmeň), olejní (repka olejná), krmovín (kukurica na siláž, lucerna), ovocia, zeleniny. Súčasťou rastlinnej výroby je aj záhradníctvo realizované intenzívnou výrobou v skleníkoch. Skleníky sú vykurované termálnou vodou, nakoľko spoločnosť A je majiteľom dvoch termálnych vrtov. Prevádzkovanie záhradníctva sa realizuje v rámci nájomného vzťahu.

Tabuľka 4 Stav zberových plôch hlavných komodít RV (v ha)

Názov komodít	Roky			
	2007	2008	2009	2010
Zberové plochy spolu	4067,38	3969,71	3927,80	3268,01
z toho:				
Kukurica	851,00	664,83	1178,00	713,00
Pšenica	1162,96	1294,39	1160,92	953,50
Jačmeň	339,33	709,89	364,63	394,00
Repka olejná	559,23	498,48	391,25	510,00
Krmoviny	1154,86	802,12	833,00	697,51

Zdroj: Výročné správy spoločnosti A

Spoločnosť v roku 2007 obrábala 4 067,38 ha poľnohospodárskej pôdy. Z toho najväčší podiel tvorili obilniny a to 2 353,29 ha, t. j. 57,86 %. V rámci obilnín najväčší podiel predstavovala pšenica, t. j. 1 162,96 ha z celkovej výmery pôdy. V roku 2007 najmenšiu časť z obhospodarovanej pôdy predstavovali olejniny, to znamená repka olejná

a to 339,33 ha, t. j. iba 8,34 %. V ďalších sledovaných rokoch výmera poľnohospodárskej pôdy z roku na rok klesá. V roku 2008 obilniny činili 2 669,11 ha, t. j. 67,24 % z celkovej výmery tejto pôdy. Z toho najmenší podiel predstavovala kukurica, a to 664,83 ha. V roku 2008 olejniný predstavovali 498,48 ha, čo znamená, že tvorili najmenší podiel z poľnohospodárskej pôdy. Krmoviny sa pestovali na 802,12 ha, t. j. na 20,21 % z obrábanej pôdy. V roku 2009 celková výmera poľnohospodárskej pôdy činila 3 927,80 ha, čo znamená pokles o 41,91 ha oproti roku 2008. A v roku 2009 najväčší podiel poľnohospodárskej pôdy zaoberali obilniny, a to 2 703,55 ha, t. j. 68,83 %. Z toho najväčší podiel zaberala kukurica a to vo výmere 1 178 ha. Najmenší podiel predstavoval jačmeň vo výmere 364,63 ha z poľnohospodárskej pôdy. V roku 2009 druhý najväčší podiel z celkovej výmery pôdy predstavovali krmoviny, a to 833 ha, t. j. 21,21 %. Spoločnosť v roku 2010 obrábalo 3 268,01 ha poľnohospodárskej pôdy, čo znamená zníženie o 799,37 ha oproti roku 2007. V roku 2010 obilniny činili 2 060,50 ha, t. j. 63,05 % z celkovej výmery poľnohospodárskej pôdy, z toho najväčší podiel mala pšenica a to 953,50 ha. V roku 2010 olejniný zaberali 510 ha, t. j. 15,61% z celkovej výmery poľnohospodárskej pôdy. Krmoviny predstavovali 697,51 ha, to znamená, že 21,34 % z celkovej výmery.

Tabuľka 5 Hektárové úrody hlavných plodín RV (v t/ha)

Názov plodín	roky			
	2007	2008	2009	2010
Kukurica na zrno	7,27	10,40	7,52	4,62
Pšenica ozimná	5,12	5,99	5,24	3,45
Jačmeň jarný	5,33	4,71	4,33	3,02
Repka olejná	3,06	2,76	3,27	2,17

Zdroj: Výročné správy spoločnosti A

Hektárové úrody hlavných plodín RV v jednotlivých sledovaných rokoch predstavujú kolísavý charakter. Najhoršie výsledky sú vykazované v roku 2010. Rok 2010 bol rokom obrovských záplav a následne spodných vôd. Rozdiely medzi osiatymi a zberovými plochami, ktoré boli do konca roka zaplavené, nemohli byť ani zožaté, ani na jar 2011 obrábané.

V roku 2008 spoločnosť dosiahla najlepšie hodnoty v pestovaní kukurice a pšenice. Hektárová úroda kukurice bola na úrovni 10,4 t/ha a pšenice 5,99 t/ha. Hektárové úrody týchto plodín sa zvýšili v dôsledku priaznivých poveternostných podmienok s dostatkom

vlahy, ktoré prispeli ku kvalitnej sejbe, čím bol splnený predpoklad pre optimálny vývoj porastov.

4.1.3 Živočíšna výroba

Spoločnosť A sa zameriava na chov hospodárskych zvierat, predovšetkým na chov hovädzieho dobytku a ošípaných. Medzi hlavné zámery spoločnosti patria: výroba a produkcia mlieka, jatočného mäsa a vajec.

Tabuľka 6 Stav hospodárskych zvierat (v ks)

Názov HZ	roky			
	2007	2008	2009	2010
stav hovädzieho dobytku	2241	2064	2026	1559
z toho:				
Kravy	895	910	922	701
narodenie teliat	722	691	802	642
stav ošípaných	8255	3834	4450	4509
z toho:				
Prasnice	727	350	350	350
narodenie odstavčiat	19280	11000	8650	8500
počet sliepok	68480	62373	58350	57467
stav HZ celkom	78976	68271	64826	63535

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A

Celkový stav hospodárskych zvierat spoločnosti predstavuje klesajúcu tendenciu. V roku 2010 celkový počet hospodárskych zvierat činil 63 535 ks, čo znamená zníženie o 15 441 ks oproti roku 2007 a zníženie o 4 736 ks oproti roku 2008. V roku 2007 stavy jednotlivých druhov hospodárskych zvierat (okrem počtu kráv) dosiahli najvyššie hodnoty. Stav hovädzieho dobytku dosiahol hodnotu 2 241 ks, z toho kravy predstavovali 895 ks. Počet ošípaných predstavoval 8 255 ks, z toho prasnice tvorili časť o veľkosti 727 ks. Stav sliepok bol na úrovni 68 480 ks, čo znamená najvyššiu hodnotu medzi sledovanými obdobiami. V roku 2010 počty jednotlivých hospodárskych zvierat (okrem počtu ošípaných) dosiahli najnižšie hodnoty. V roku 2010 počet hovädzieho dobytku predstavoval 1 559 ks, z toho kravy činili 701 ks. Počet ošípaných bol na úrovni 4509 ks, z toho prasnice činili 350 ks. Počet sliepok bol na úrovni 57 467 ks, čo predstavuje najmenší počet medzi sledovanými obdobiami. V roku 2010 sa narodilo 642 ks teliat a 8 500 ks odstavčiat.

4.2 Ekonomická charakteristika spoločnosti

V tejto časti práce sme sa zamerali na štruktúru majetku a kapitálu spoločnosti, ďalej na analýzu vývoja hlavných položiek výkazu ziskov a strát, predovšetkým rôznych druhov nákladov, výnosov a výsledku hospodárenia z jednotlivých činností.

4.2.1 Analýza majetku a kapitálu spoločnosti A

Každý podnikateľský subjekt si obstaráva majetok so zámerom, aby mu priniesol čo najväčší ekonomický úžitok a aby prispel k zväčšeniu jeho bohatstva, a to vo forme peňažných prostriedkov alebo vo forme iných zložiek majetku. Výsledkom správneho využitia majetku je dosiahnutý zisk, preto je sledovanie majetku, jeho stavu a zmeny jednou zo základných úloh podnikateľského subjektu.

Tabuľka 7 Vývoj a štruktúra majetku spoločnosti A (v eurách)

Ukazovateľ	Roky			Zmena		Index	
	2008	2009	2010	10-08	10-09	10/08	10/09
Spolu	16 222 659	14 833 815	14 893 136	-1 329 523	59 321	0,918	1,004
NM	10 742 625	10 615 676	9 964 469	-778 156	-651 207	0,928	0,939
DNM	6 906	4 604	2 301	-4 605	-2 303	0,333	0,500
DHM	10 650 028	10 525 381	9 876 378	-773 650	-649 003	0,927	0,938
DFM	85 691	85 691	85 790	99	99	1,001	1,001
OM	5 429 959	4 191 856	4 901 789	-528 170	709 933	0,903	1,169
Zásoby	2 982 346	2 500 369	2 943 096	-39 250	442 727	0,987	1,177
Dl. pohl.	0	0	0	0	0	0,000	0,000
Kr. pohl.	2 360 690	1 604 822	1 903 994	-456 696	299 172	0,807	1,186
Fin. účty	86 923	86 665	54 699	-32 224	-31 966	0,629	0,631
ČR	50 075	26 283	26 878	-23 197	595	0,537	1,023

Zdroj: Súvaha spoločnosti A, vlastné výpočty

Z predchádzajúcej tabuľky je možné zhodnotiť, že stav majetku spoločnosti A má kolísavý charakter. V roku 2010 predstavoval hodnotu 14 893 136 eur, čo znamená rast o 59 321 eur, t.j. o 0,4% oproti roku 2009 a pokles o 1 329 523 eur, t.j. o 8,2% oproti roku 2008. V tomto roku najväčší podiel na celkovom majetku tvoril neobežný majetok vo výške 9 964 469 eur, v relatívnom vyjadrení až 66,91%.

Stav neobežného majetku má klesajúcu tendenciu. V roku 2010 bol vo výške 9 964 469 eur, čo predstavuje zníženie o 651 207 eur, t.j. o 6,1% oproti predchádzajúcemu

roku a pokles o 778 156 eur, t.j. o 7,2% oproti roku 2008. Najväčšiu časť z celkového stavu neobežného majetku činil DHM a to v hodnote 9 876 378 eur, t.j. 99,12%. Najmenší podiel predstavoval DNM vo výške 2 301 eur.

Stav obežného majetku, podobne, ako stav celkového majetku má kolísavý trend. V rámci obežného majetku zaznamenali najväčší pokles finančné účty, ktoré sa znížili z 86 923 eur v roku 2008 na 54 699 eur v roku 2010. Najväčší podiel z celkového stavu obežného majetku predstavujú zásoby, čím vyššiu hodnotu dosiahne obežný majetok v rámci sledovaného obdobia, tým vyššia je aj hodnota zásob.

Tabuľka 8 Vývoj a štruktúra kapitálu spoločnosti A (v eurách)

Ukazovateľ	Roky			Zmena		Index	
	2008	2009	2010	10-08	10-09	10/08	10/09
Spolu VI a Z	16 222 659	14 833 815	14 893 136	-1 329 523	59 321	0,918	1,004
Vlastné imanie	6 540 370	5 019 597	4 744 623	-1 795 747	-274 974	0,725	0,945
Zákl. imanie	3 118 038	3 126 012	2 818 020	-300 018	-307 992	0,904	0,901
Kap. fondy	3 887 340	3 887 340	1 666 420	-2 220 920	-2 220 920	0,429	0,429
Fondy zo zisku	562 087	535 156	517 645	-44 442	-17 511	0,921	0,967
VH min. rokov	0	-1 027 096	0	0	1 027 096	0,000	0,000
VH za účt. obd.	-1 027 095	-1 501 815	-257 462	769 633	1 244 353	0,251	0,171
Záväzky	8 593 651	8 918 486	9 434 287	840 636	515 801	1,098	1,058
Rezervy	23 562	19 834	19 854	-3 708	20	0,843	1,001
Dl. Záväzky	3 071 745	3 180 741	3 064 345	-7 400	-116 396	0,998	0,963
Kr. záväzky	2 598 243	3 220 899	4 289 331	1 691 088	1 068 432	1,651	1,332
Kr. fin. výpom.	0	437 618	446 208	446 208	8 590	0,000	1,020
Bankové úvery	2 900 101	2 059 394	1 614 549	-1 285 552	-444 845	0,557	0,784
ČR	1 088 638	895 732	714 226	-374 412	-181 506	0,656	0,797

Zdroj: Súvaha spoločnosti A, vlastné výpočty

Ak hodnota celkového stavu aktív má kolísavý charakter, tak isto aj pri hodnotení celkového stavu pasív spoločnosti vyplýva, že musia mať kolísavý trend. Najväčší podiel z celkového stavu pasív tvoria záväzky, ich hodnota z roku na rok rastie. V roku 2008 boli vo výške 8 593 651 eur a v roku 2010 už boli na úrovni 9 434 287 eur, čo znamená rast o 840 636 eur, v percentuálnom vyjadrení o 9,8%. V roku 2010 najväčšiu časť z celkového stavu záväzkov tvorili krátkodobé záväzky vo výške 4 289 331 eur, t.j. 45,47%. Najmenší podiel v každom sledovanom roku vykazujú rezervy.

Na rozdiel od stavu záväzkov hodnota vlastného imania má klesajúcu tendenciu zo 6 540 370 eur v roku 2008 až na 4 744 623 eur v roku 2010. V roku 2010 podiel vlastného

imania na celkovom kapitáli bol vo výške 4 744 623 eur, z čoho vyplýva, že spoločnosť A kryje svoj majetok vlastným kapitálom na 31,86% z celkového krytia majetku. Je to zapríčinené predovšetkým záporným VH z minulých rokov, alebo za účtovné obdobie. Analyzovaná spoločnosť v každom sledovanom roku dosiahla záporný VH, t.j. stratu.

4.2.2 Analýza výsledku hospodárenia spoločnosti A

Výsledok hospodárenia predstavuje výsledný efekt podnikateľskej činnosti. Vypočíta sa ako rozdiel medzi výnosmi a nákladmi za určité časové obdobie (kalendárny rok, hospodársky rok). Výsledkom hospodárenia môže byť zisk, ak hodnota výnosov je vyššia ako hodnota nákladov, alebo strata v opačnom prípade.

Tabuľka 9 Vývoj a štruktúra výsledku hospodárenia spoločnosti A (v eurách)

Ukazovateľ	Roky			Zmena	
	2008	2009	2010	10-08	10-09
VH z HČ	-628 217	-1 089 495	265 945	894 162	1 355 440
VH z FČ	-303 851	-362 212	-401 295	-97 444	-39 083
VH z bežnej č.	-1 027 095	-1 523 448	-257 462	769 633	1 265 986
VH z MČ	0	21 633	0	0	-21 633
VH za účt.obd.	-1 027 095	-1 501 815	-257 462	769 633	1 244 353

Zdroj: Výkaz ziskov a strát spoločnosti A, vlastné výpočty

Z uvedenej tabuľky môžeme konštatovať, že spoločnosť A v každom sledovanom účtovnom období dosiahla stratu. Najhorší stav bol v roku 2009, keď strata spoločnosti bola vo výške 1 501 815 eur. Takúto vysokú stratu zapríčinila predovšetkým svetová finančná kríza. V roku 2010 dôsledky svetovej finančnej krízy už boli takmer odstránené, ale výsledok hospodárenia ani v tomto roku nedosiahol kladnú hodnotu, bol na úrovni – 257 462 eur. Príčinou straty boli nepriaznivé výkyvy počasia, najmä obrovské záplavy a následne enormné stúpanie spodných vôd na najvyššie hodnoty za posledných 50 rokov.

4.3 Analýza cenovej politiky spoločnosti

V prvom bode tejto časti práce sa budeme zaoberať analýzou cien vstupov a výstupov hlavných komodít RV v spoločnosti A. Ďalej sa zameriame na rozbor nákladových položiek jednotlivých rastlinných komodít, a napokon na analýzu nákladovosti výnosov a rentability nákladov. V druhom bode budeme vysvetľovať vývoj priemerných realizačných cien hlavných komodít RV spoločnosti.

4.3.1 Analýza cien vstupov hlavných komodít RV

Pri analýze cien vstupov komodít RV sa musíme predovšetkým zaoberať nákladmi, súvisiacimi s ich pestovaním. Náklady tvoria dolnú hranicu ceny, ktorú môže podnikateľský subjekt požadovať za svoj podnikateľský výkon.

4.3.1.1 Kukurica na zrno – tvorba ceny, analýza nákladových položiek, nákladovosti a rentability nákladov

S pestovaním kukurice na zrno súvisí veľa druhov nákladov, ktoré budeme analyzovať v nasledujúcej časti práce. Predmetom tejto analýzy budú celkové náklady na 1 ha pôdy pestovanej kukurice na zrno, ďalej podiel jednotlivých typov nákladových položiek na celkových nákladoch.

Ceny vstupov sú predstavované hodnotami jednotlivých druhov nákladov, ktoré pri tvorbe ceny daných poľnohospodárskych výrobkov budeme porovnávať s ich dosiahnutými (realizačnými) cenami. Spoločnosť A pri tvorbe cien svojich výrobkov vychádza z dopytovo orientovanej tvorby ceny.

Tabuľka 10 Porovnanie cien vstupov s trhovou (predajnou) cenou (v eurách/t)

Položka	Roky			Zmena	
	2008	2009	2010	09-08	10-09
Predajná cena	125,80	90,40	178,30	-35,40	87,90
Náklady spolu	98,46	109,49	148,68	11,03	39,19
Zisk/strata	27,34	-19,09	29,62	-46,43	48,71
Dotácia	0,00	20,73	40,82	20,73	20,09
Úroda v t/ha	10,50	7,52	4,60	-2,98	-2,92

Zdroj: Vnútro podniková evidencia spoločnosti A, vlastné výpočty

Z predchádzajúcej tabuľky vieme konštatovať, že priemerné realizačné ceny vyjadrujú premenlivý charakter a náklady na vyprodukovaní 1 tony kukurice na zrnó majú stúpajúci trend. Snahou spoločnosti je, aby predajná cena kukurice na zrnó dosiahla čo najvyššiu úroveň a tiež, aby minimalizovala náklady na produkciu 1 tony danej komodity. V tomto prípade cieľom spoločnosti je, aby dosiahnuté ceny pestovanej komodity pokryli aspoň vynaložené náklady. Náklady, čiže ceny vstupných prvkov a predajná cena kukurice v roku 2010 bola na najvyššej úrovni. Táto predajná cena je výsledkom nedostatku kukurice na zrnó na trhu, pretože sa výrazne znížila jej hektárová úroda, čo bolo zapríčinené nepriaznivými podmienkami počasia. (vysoká vlhkosť, záplavy, stúpanie spodných vôd). Pokles hektárových úrod na druhej strane znamená rast nákladov na 1 tonu, z tejto skutočnosti vyplýva vysoká úroveň nákladov. Rast nákladov bol spôsobený zvýšením nákladových položiek na herbicídy, postrekovanie, dokončovacie práce a pohonných látok pre stroje.

V roku 2009 bol zaznamenávaný dopad svetovej finančnej krízy. Predajná cena kukurice na zrnó nepokryla ani náklady na jej produkciu, jej pestovanie bolo stratové. Spoločnosť bola nútená predáť kukuricu za veľmi nízke ceny, pretože dopyt po nej bol na nízkej úrovni. Okrem roku 2008 spoločnosti bola poskytnutá dotácia na pestovanie kukurice na zrnó. V roku 2010 jej výška predstavovala dvakrát väčšiu hodnotu, vypočítanú na 1 tonu kukurice ako v roku 2009.

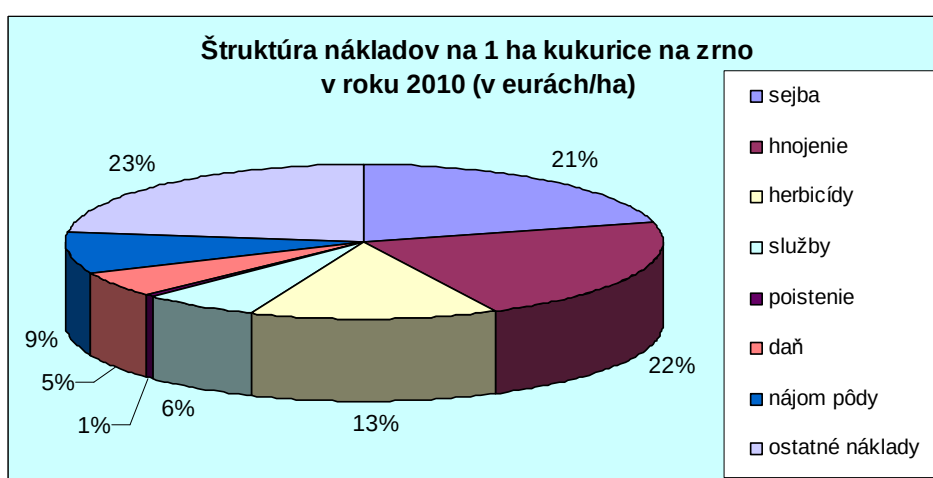
Tabuľka 11 Analýza cien vstupov (v eur/ha)

Nákladová položka	Náklady v eur/ha			zmena		
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09
Sejba	139,85	185,98	141,93	46,13	2,08	-44,05
hnojenie	448,97	171,24	151,40	-277,73	-297,57	-19,84
herbicídy	110,75	130,07	90,31	19,32	-20,44	-39,76
služby	30,17	50,26	43,38	20,09	13,21	-6,88
ostatné materiálové náklady	0,00	13,28	0,00	13,28	0,00	-13,28
poistenie	0,00	0,00	5,13	0,00	5,13	5,13
Daň	29,11	34,59	34,76	5,48	5,65	0,17
Nájom pôdy	51,15	49,80	60,21	-1,35	9,06	10,41
ostatné náklady	223,39	188,12	157,24	-35,27	-66,15	-30,88
Spolu náklady	1033,39	823,34	684,36	-210,05	-349,03	-138,98

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A, vlastné výpočty

Celkové náklady spoločnosti A pri pestovaní kukurice na zrno majú klesajúci charakter. V roku 2008 dosiahli najvyššiu úroveň, a to 1 033,39 eur/ha. V roku 2010 predstavovali najnižšiu úroveň, keď boli vo výške 684,36 eur/ha. Pokles celkových nákladov je dôsledkom poklesu nákladov na hnojenie, ktoré v každom roku tvoria ich najväčší podiel. Príčinou poklesu celkových nákladov na 1 ha bolo aj výrazné zníženie ostatných nákladov, ktoré pozostávajú z viacerých druhov nákladov, vrátane režijných nákladov. Hodnota celkových nákladov v roku 2009 bola na úrovni 823,34 eur/ha, čo znamená pokles celkových nákladov o 210,05 eur/ha oproti roku 2008.

Graf 1



Zdroj: Zostavený na základe vlastných výpočtov z tabuľky 11

V roku 2010 celkové náklady dosiahli najnižšiu hodnotu, boli vo výške 684,36 eur/ha, čo predstavuje pokles o 138,98 eur/ha oproti roku 2009 a tiež pokles o 349,03 eur/ha oproti roku 2008. Z celkových nákladov najväčšiu časť činili náklady na hnojenie, čo znamená v absolútnom vyjadrení 151,4 eur/ha a v percentuálnom vyjadrení 22,12%. Najmenší podiel na celkových nákladov predstavovali náklady na poistenie vo výške 5,13 eur/ha, v relatívnom vyjadrení 0,75%. Náklady na herbicidy boli na úrovni 90,31 eur/ha, t.j. 13,2% zo sumy celkových nákladov.

Tabuľka 12 Analýza výnosov kukurice na zrno (v eurách/ha)

Položka	Výnosy v eur/ha			Zmena			index	
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09	09/08	10/09
Celkový výnos	919,32	760,86	889,53	-158,46	-29,79	128,67	0,8276	1,1691

Zdroj: Vnútro podniková evidencia spoločnosti A, vlastné výpočty

Výnosy pripadajúce na 1 ha pestovanej kukurice na zrna majú kolísavý vývoj. V roku 2008 výnosy na 1 ha predstavovali hodnotu 919,32 eur/ha, čo znamená najvyššie dosiahnuté výnosy v sledovanom období. V roku 2009 výnosy na 1 ha boli vo výške 760,86 eur/ha, čo predstavuje pokles o 158,46 eur/ha, t.j. o 17,24 % oproti roku 2008. Celkové výnosy na 1 ha v poslednom sledovanom roku dosiahli hodnotu 889,53 eur/ha, čo je zvýšenie o 128,67 eur/ha, t.j. 16,91 % v relatívnom vyjadrení oproti roku 2009 a pokles o 29,79 eur/ha oproti výnosom v roku 2008.

Tabuľka 13 Analýza celkovej nákladovosti výnosov a rentability nákladov (v eurách)

Položky	roky			Zmena		
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09
Náklady na 1 ha	1033,39	823,34	684,36	-210,05	-349,03	-138,98
Výnosy na 1 ha	919,32	760,86	889,53	-158,46	-29,79	128,67
celková nákladovosť výnosov	1,124	1,082	0,769	-0,042	-0,355	-0,313
rentabilita nákladov	0,890	0,924	1,300	0,034	0,410	0,376

Zdroj: Vlastné výpočty

Výška dosiahnutej ceny na trhu výrazne ovplyvňuje hodnoty hore uvedených ukazovateľov. Keďže spoločnosť tvorí ceny svojich výrobkov na základe dopytu, zlepšenie hodnôt týchto veličín dosiahne najmä znížením nákladov na ich vyprodukovanie. Na druhej strane rast trhovými cenami výrobkov tiež napomáha k zvýšeniu hodnoty týchto ukazovateľov, ale za predpokladu, že ceny vstupov (nákladov) zostávajú nezmenené.

Spoločnosť A dosiahne kladnú situáciu, ak hodnota celkovej nákladovosti výnosov neprekročí hodnotu 1. Spoločnosť spĺňa podmienku priaznivej situácie iba v roku 2010. V roku 2008 hodnota celkovej nákladovosti výnosov je vo výške 1,124, t.j. na 1 euro výnosov z 1 ha pôdy kukurice na zrna pripadá 1,124 euro nákladov. V roku 2010 spoločnosť A vykazuje najlepšiu úroveň celkovej nákladovosti výnosov, keď je vo výške 0,769 čo znamená 76,9 centov na 1 euro výnosov z 1 ha pôdy kukurice na zrna.

Podľa rentability nákladov sa spoločnosť nachádza v priaznivej situácii, ak sa hodnota tohto ukazovateľa je vyššia ako 1. Táto podmienka je splnená v roku 2010, keď ukazovateľ dosiahne hodnotu 1,3 z čoho vyplýva, že na 1 euro nákladov z 1 ha pôdy kukurice na zrna pripadá 1,3 eura výnosov, pretože spoločnosť spĺňa podmienku priaznivej situácie.

4.3.1.2 Pšenica ozimná – tvorba ceny, analýza nákladových položiek, nákladovosti a rentability

V tomto bode práce sa budeme zaoberať nákladmi, ktoré sú nevyhnutné pri pestovaní pšenice ozimnej. Výšku nákladových položiek na 1 tonu pestovanej pšenice budeme porovnávať s jej priemernou realizačnou cenou, a hodnotiť, či spoločnosť dosahuje stratu alebo zisk pri jej pestovaní. Ďalej sa budeme zaoberať problematikou závislosti ceny pšenice od rôznych činiteľov v jednotlivých sledovaných obdobiach. Na priemernú realizačnú cenu pšenice vplýva veľa faktorov, v tomto prípade predovšetkým vývoj trhovej ceny pšenice, keďže spoločnosť sa zameriava na dopytovo orientovanú tvorbu ceny. Cieľom spoločnosti je dosiahnuť takú realizačnú cenu komodity, aby bola postačujúca na pokrytie nákladov a aby priniesla zisk z jej produkcie.

Tabuľka 14 Porovnávanie cien vstupov s predajnou cenou (v eurách/t)

Položka	Roky			Zmena	
	2008	2009	2010	09-08	10-09
Predajná cena	134,70	90,40	121,50	-44,30	31,10
Náklady spolu	137,65	166,33	168,11	28,68	1,78
Zisk/strata	-2,95	-75,93	-46,61	-72,98	29,32
Dotácia	0,00	29,87	54,92	29,87	25,05
úroda v t/ha	5,99	5,24	3,45	-0,75	-1,79

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A, vlastné výpočty

Z tejto tabuľky vieme posúdiť, že spoločnosť v každom roku vykazuje stratu pri produkcii pšenice ozimnej. Trhová cena pšenice ani v jednom roku nie je postačujúcou na pokrytie vynaložených nákladov, súvisiacich s jej pestovaním. V roku 2009 bola dosiahnutá najväčšia strata pri výrobe pšenice, bola vo výške 75,93 eur/t.

Priemerná realizačná cena pšenice ozimnej predstavuje kolísavý trend. V roku 2009 vykazovala pokles o 44,30 eur/t, čo bolo zapríčinené dopadom finančnej krízy. Cena pšenice bola potláčaná na veľmi nízku hranicu. Keďže spoločnosť A nemala na výber inú možnosť, musela predávať svoje výrobky za také nízke trhové ceny, výsledkom čoho bola strata z produkcie pšenice ozimnej. V roku 2010 bola situácia na trhu priaznivejšia, keď trhová cena pšenice ozimnej bola na úrovni 121,50 eur/t. Táto hodnota je výsledkom poklesu hektárovej úrody pšenice, čo bolo spôsobené negatívnymi výkyvmi počasia, v tomto prípade predovšetkým záplavami a nízkymi teplotami. Keďže na trhu prevládala

nedostatok pšenice, spoločnosť vedela predať túto komoditu o niečo vyššiu cenu, ale nie za takú, aby pokryla vynaložené náklady na jej produkciu. Kvalita pšenice bola nižšia, ako v rokoch, keď prevládali priaznivejšie podmienky počasia. Ceny vstupov, čiže jednotlivé typy nákladov, potrebných na produkciu pšenice ozimnej majú stúpajúci charakter. Tým pádom, že hektárové úrody z roku na rok klesajú, pripadá na vyprodukovanú jednu tonu pšenice väčšia hodnota nákladov. V roku 2010 boli vykazované v najvyššej hodnote, a to 168,11 eur/t, čo znamená rast o 1,78 eur/t oproti roku 2009 a zvýšenie o 30,46 eur/t oproti roku 2008.

Tabuľka 15 Analýza cien vstupov (v eurách/ha)

Nákladová položka	Náklady v eur/ha			zmena		
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09
Sejba	70,63	82,17	55,83	11,54	-14,80	-26,34
Hnojenie	333,76	271,72	116,67	-62,04	-217,09	-155,05
Herbicídy	119,66	120,35	80,72	0,69	-38,94	-39,63
Služby	84,62	93,98	81,26	9,36	-3,36	-12,72
ostatné materiálové náklady	4,05	12,44	5,54	8,39	1,49	-6,90
Poistenie	0,00	0,00	3,80	0,00	3,80	3,80
Daň	32,60	34,53	34,92	1,93	2,32	0,39
Nájom pôdy	56,86	50,59	60,87	-6,27	4,01	10,28
ostatné náklady	122,36	205,78	118,07	83,42	- 4,29	-87,71
Spolu náklady	824,54	871,56	557,68	47,02	-266,86	-313,88

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A, vlastné výpočty

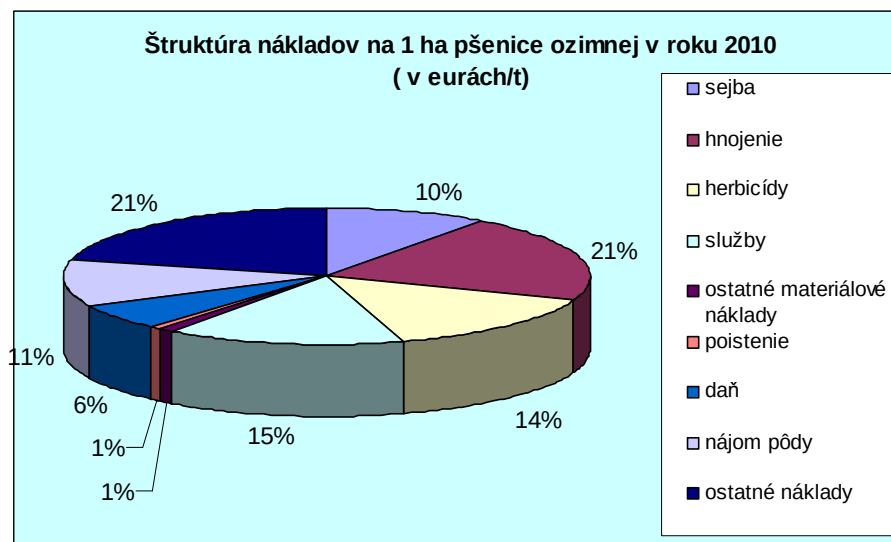
Celkové náklady súvisiace s pestovaním pšenice ozimnej v roku 2008 boli vo výške 824,54 eur/ha. V nasledujúcom roku predstavovali hodnotu 871,56 eur/ha, čo znamená zvýšenie celkových nákladov o 47,02 eur/ha oproti predchádzajúcemu roku. V roku 2010 celkové náklady dosiahli úroveň 579,47 eur/ha, čo predstavuje najnižšiu hodnotu medzi sledovanými rokmi. Táto hodnota znamená pokles o 292,09 eur/ha oproti roku 2009 a tiež pokles o 245,07 eur/ha oproti roku 2008.

Z tabuľky 15. vyplýva, že v sledovaných rokoch väčšina nákladových položiek, vrátane aj hodnotu celkových nákladov, vykazuje kolísavý priebeh. Najväčší vplyv na výšku celkových nákladov majú náklady na hnojenie, náklady na herbicídy ako aj ostatné náklady, ktoré sú tvorené z viacerých nákladových položiek.

V poslednom sledovanom roku najväčší podiel z celkových nákladov činili náklady na hnojenie, dosiahli úroveň 116,67 eur/ha, t.j. 20,13%. Náklady na poistenie predstavovali

najmenšiu časť zo sumy celkových nákladov, boli vo výške 3,80 eur/ha, čo znamená 0,66% v relatívnom vyjadrení. Táto štruktúra nákladových položiek je znázornená na grafe 2.

Graf 2



Zdroj: Zostavený na základe vlastných výpočtov z tabuľky 15

Pre výpočet hodnoty ukazovateľa nákladovosti výnosov a rentability nákladov bolo potrebné vypočítať nie len náklady na jeden hektár, ale aj výnosy pripadajúce na jeden hektár pšenice ozimnej. Dosiahnuté hektárové výnosy pri pestovaní pšenice ozimnej sú uvádzané v tabuľke 16.

Tabuľka 16 Analýza výnosov pšenice ozimnej (v eurách/ha)

Položka	Výnosy v eur/ha			zmena			index	
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09	09/08	10/09
Celkový výnos	857,50	601,70	578,4	-255,80	-279,1	-23,3	0,7017	0,9613

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A, vlastné výpočty

Z uvedenej tabuľky vyplýva, že hodnota výnosov na 1 ha má klesajúcu tendenciu. V roku 2008 výnosy na 1 ha pestovanej pšenice ozimnej dosiahli hodnotu 857,50 eur. V nasledujúcom roku boli na úrovni 601,70 eur/ha, čo znamená pokles o 255,80 eur/ha, t.j. o 29,83% oproti predchádzajúcemu roku. Najnižšiu hodnotu predstavovali výnosy na 1 ha v roku 2010, keď boli vykazované vo výške 578,4 eur/ha. Táto hodnota znamená zníženie

výnosov na 1 ha pestovanej pšenice ozimnej o 23,3 eur/ha, v percentuálnom vyjadrení o 3,87% oproti roku 2009 a pokles o 279,1 eur/ha oproti roku 2008.

Realizačná cena pšenice ozimnej výrazne ovplyvňuje rentabilitu nákladov a nákladovosť výnosov. Rozhodujú čať predajnej ceny tvoria náklady vynaložené na produkciu danej komodity. Čím menší podiel činia náklady z predajnej ceny, tým priaznivejšie výsledky budú vykazovať spomínané ukazovatele. Dosiahnuté výsledky ukazovateľov tak isto závisia aj od nadobudnutých výnosov(množstvo x trhov cena), pretože čím viac výnosov pripadá na náklady, tým bude výroba rentabilnejšia.

Tabuľka 17 Analýza celkovej nákladovosti výnosov a rentability nákladov (v eur/ha)

Položky	roky			zmena		
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09
Náklady na 1 ha	824,54	871,56	557,68	47,02	-266,86	-313,88
Výnosy na 1 ha	857,50	601,70	578,40	-255,80	-279,10	-23,30
celková nákladovosť výnosov	0,962	1,448	0,964	0,487	0,003	-0,484
rentabilita nákladov	1,040	0,690	1,037	-0,350	-0,003	0,347

Zdroj: Vlastné výpočty

Tabuľka 17. nám hovorí o tom, že Spoločnosť A podľa celkovej nákladovosti výnosov dosiahla priaznivú situáciu v rokoch 2008 a 2010. Najlepšiu hodnotu celkovej nákladovosti výnosov vykazovala v roku 2008 vo výške 0,962 t.j. 96,2 centov na 1 euro výnosov z 1 ha pôdy pšenice ozimnej. Hodnota ukazovateľa neprekročí hraničnú hodnotu 1, z toho vyplýva, že spoločnosť sa ešte nachádza v priaznivej situácii. V kladnej situácii sa nachádzala aj v roku 2010, keď nákladovosť výnosov dosiahla úroveň 0,964 t.j. 96,4 centov na 1 euro výnosov z 1 ha pôdy pestovanej pšenice. V roku 2009 sa spoločnosť A ocitla v nepriaznivej situácii, z toho vyplýva, že hodnota ukazovateľa prekročila hraničnú hodnotu 1. V tomto roku bola vo výške 1,448 čo znamená, že na 1 euro výnosov z 1 ha pôdy pšenice ozimnej pripadajú náklady vo výške 1,448 eura.

Rentabilita nákladov predstavovala kladné hodnoty v rokoch 2008 a 2010, čo vyplýva aj z hodnotenia celkovej nákladovosti výnosov. V roku 2008 dosiahla najvyššiu úroveň, keď bola vo výške 1,04 to znamená, že na 1 euro nákladov z 1 ha pestovanej pšenice pripadali 1,04 eura výnosov.

4.3.1.3 Jačmeň jarný – tvorba ceny, analýza nákladových položiek, nákladovosti a rentability

Jačmeň jarný okrem ekologických podmienok veľmi citlivo reaguje na všetky pestovateľské zásahy, vrátane hnojenia. Jeho citlivosť vyplýva z toho, že má slabší koreňový systém a kratšie vegetačné obdobie. S pestovaním jačmeňa jarného súvisia rôzne druhy nákladov, ktoré budeme analyzovať v tomto bode tejto časti práce. V ďalšej časti sa budeme venovať porovnaniu trhovej ceny jačmeňa s cenami vstupov potrebných na jeho vyprodukovanie.

Tabuľka 18 Porovnanie cien vstupov s cenou výstupu (v eurách/t)

Položka	Roky			Zmena	
	2008	2009	2010	09-08	10-09
Predajná cena	197,10	90,40	183,10	-106,70	92,70
Náklady spolu	146,42	136,92	195,81	-9,50	58,89
Zisk/strata	50,68	-46,52	-12,71	-97,20	33,81
Dotácia	0,00	36,15	63,66	36,15	27,51
Úroda v t/ha	4,72	4,33	3,02	-0,39	-1,31

Zdroj: Vnútro podniková evidencia spoločnosti A, vlastné výpočty

Náročnosť pestovania jačmeňa jarného vyplýva z jeho citlivosti na klimatické podmienky, preto spoločnosť musí vynaložiť vysoké náklady na udržiavanie jeho kvality a hektárovej úrody. Na základe porovnávania hodnôt vynaložených nákladov a predajnej ceny môžeme konštatovať, že iba v roku 2008 pokryla priemerná realizačná cena jačmeňa jarného výšku nákladov. V ostatných sledovaných rokoch bola pri jeho pestovaní vykazovaná strata.

Z tabuľky 18. môžeme posúdiť, že hodnota vynaložených nákladov má variabilný vývoj. Najvyššia úroveň nákladov bola dosiahnutá v roku 2010, čo je výsledkom vysokých trhových cien komodít rastlinnej výroby z roku 2008. Náklady sa výrazne zvýšili v dôsledku poklesu priemerných hektárových úrod, z čoho vyplýva, že na vyprodukovanie jednej tony jačmeňa jarného pripadla väčšia hodnota vynaložených nákladov. V dôsledku nepriaznivých klimatických podmienok bolo nutné vynaložiť vyššie náklady na postrekovanie, herbicídy na odsávanie vody. Hodnota cien vstupov v tomto roku bola na úrovni 195,81 eur/t, čo znamená zvýšenie o 33,81 eur/ha, t.j. o 43,01% oproti

predchádzajúcemu roku a rast o 49,39 eur/t v percentuálnom vyjadrení o 33,73% oproti roku 2008. V roku 2009 náklady na produkciu jednej tony jačmeňa boli na najnižšej úrovni, v hodnote 136,92 eur/t. Táto hodnota bola výsledkom toho, že boli dosiahnuté lepšie hektárové úrody z jeho pestovania, z čoho vyplýva, že pripadlo menej nákladov na jednu tonu produkcie.

Priemerná realizačná cena jačmeňa má tiež premenlivý vývoj. Najvyššiu hodnotu nadobudla v roku 2008, čo bolo spôsobené predovšetkým vysokými cenami vstupných prvkov na jeho pestovanie ako aj dosiahnutím jeho vysokej kvality. Kvalita bola na vysokej úrovni v dôsledku priaznivých klimatických podmienok počas jeho krátkeho vegetačného obdobia, ako aj používania kvalitných sadív a osív. V roku 2009 trhovú cenu jačmeňa jarného bola na veľmi nízkej úrovni v dôsledku finančnej krízy. Príčinou takejto nízkej trhovej ceny bol nízky dopyt na trhu jačmeňa. Spoločnosť musela predávať svoje zásoby jačmeňa za takú nízku cenu, aby pokryla aspoň určitú časť svojich vynaložených nákladov na jeho vyprodukovanie. Strata bola vykazovaná v hodnote 46,52 eur na jednu tonu. V roku 2010 situácia na trhu jačmeňa bola priaznivejšia ohľadom jeho trhovej ceny, pretože na tomto trhu prevládal nedostatok komodity spôsobený negatívnymi výkyvmi počasia, ktoré zapríčinili pokles hektárových úrod na celom Slovensku.

Tabuľka 19 Analýza cien vstupov (v eurách/ha)

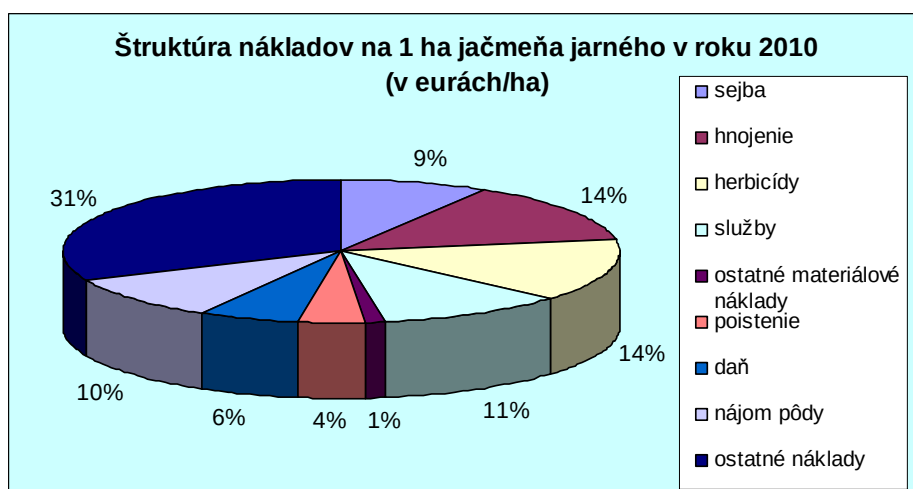
Nákladová položka	Náklady v eur/ha			zmena		
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09
Sejba	83,18	51,03	51,37	-32,15	-31,81	0,34
hnojenie	217,72	118,88	80,88	-98,84	-136,84	-38,00
herbicídy	71,23	98,04	82,24	26,81	11,01	-15,80
služby	76,28	53,83	66,19	-22,45	-10,09	12,36
ostatné materiálové náklady	4,32	15,19	6,29	10,87	1,97	-8,90
poistenie	0,00	0,00	22,47	0,00	22,47	22,47
Daň	36,35	34,50	34,62	-1,85	-1,73	0,12
Nájom pôdy	63,86	51,41	59,74	-12,45	-4,12	8,33
ostatné náklady	137,59	170,00	186,96	32,41	49,37	16,96
Spolu náklady	690,53	592,88	590,76	-97,65	-99,77	-2,12

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A, vlastné výpočty

Z tabuľky 19. vieme posúdiť, že súčet celkových nákladov na pestovanie jačmeňa jarného sa z roku na rok znižuje. Toto zníženie je zapríčinené predovšetkým poklesom nákladov na hnojenie z 217,72 eur/ha v roku 2008 na 80,88 eur/ha v roku 2010. Ďalšie

náklady súvisiace s pestovaním jačmeňa jarného majú buď kolísavý alebo stúpajúci charakter.

Graf 3.



Zdroj: Zostavený na základe vlastných výpočtov z tabuľky 19.

V roku 2010 stav celkových nákladov tvoril 590,76 eur/ha, keď bol na najnižšej úrovni v sledovanom období. V najväčšom podiele na celkových nákladoch boli náklady na herbicídy v hodnote 82,24 eur/ha, v relatívnom vyjadrení to znamená 13,92%. Najmenší podiel opäť činili ostatné materiálové náklady v sume 6,29 eur/ha, t.j. 1,06%. Štruktúra nákladov za rok 2010 ja znázornená na grafe 3.

Tabuľka 20. Analýza výnosov jačmeňa jarného (v eurách/ha)

Položka	Výnosy v eur/ha			Zmena			Index	
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09	09/08	10/09
Celkový výnos	865,24	461,78	647,21	-403,46	-218,03	185,43	0,5337	1,4016

Zdroj: vlastné výpočty

Tabuľka 20. hovorí o tom, že koľko výnosov pripadá na 1 ha pôdy pestovaného jačmeňa jarného. Z tejto tabuľky vidíme, že stav celkových výnosov na 1 ha má kolísavý charakter. V roku 2009 to znamená pokles o 403,46 eur/ha, t.j. o 46,63 % oproti roku 2008. Na rozdiel od vývoja ha výnosov v roku 2009 v poslednom sledovanom roku bol zaznamenaný rast o 185,43 eur/ha, v percentuálnom vyjadrení o 40,16%.

Vplyv trhovej ceny jačmeňa jarného na rentabilitu nákladov a nákladovosť výnosov je veľmi vysoký. Čím budú jeho priemerné realizačné ceny vyššie, tým bude hodnota

výnosov väčšia a tým pádom nadobudnú ukazovatele rentability a nákladovosti lepšie výsledky. Táto skutočnosť závisí aj od hodnoty vynaložených nákladov potrebných na jeho vyprodukovaní. Preto cieľom spoločnosti je výroba komodít s najnižšími možnými nákladmi, za predpokladu čo najnižších cien vstupov. Nižšie hodnoty celkových nákladov zaručujú priaznivejšie hodnoty ukazovateľov nákladovosti výnosov a rentability nákladov. V roku 2008 bol vykazovaný najvyšší zisk z pestovania jačmeňa, čo sa prejavovalo aj na výsledkoch analyzovaných ukazovateľov, pretože v tomto roku dosiahli najlepšie výsledky.

Tabuľka 21 Analýza celkovej nákladovosti výnosov a rentability nákladov

Položky	roky			Zmena		
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09
Náklady na 1 ha	690,53	592,88	590,76	-97,65	-99,77	-2,12
Výnosy na 1 ha	865,24	461,78	647,21	-403,46	-218,03	185,43
celková nákladovosť výnosov	0,798	1,284	0,913	0,486	0,115	-0,371
rentabilita nákladov	1,253	0,779	1,096	-0,474	-0,157	0,317

Zdroj: Vlastné výpočty

Z tabuľky 21. vyplýva, že na základy celkovej nákladovosti výnosov spoločnosť A dosiahla kladnú situáciu v rokoch 2008 a 2010. V roku 2008 hodnota ukazovateľa je na úrovni 0,798 t.j. 79,8 centov nákladov na 1 euro výnosov z 1 ha pôdy pestovaného jačmeňa jarného. V nasledujúcom roku na 1 euro výnosov z 1 ha pôdy jačmeňa pripadalo 1,284 eur nákladov, čiže spoločnosť sa nachádzala v nepriaznivej situácii, lebo hodnota výnosov nepokryla ani hodnotu vynaložených nákladov. V roku 2010 spoločnosť splnila podmienku priaznivej situácie, keď nákladovosť výnosov bola vo výške 0,913, čiže 91,3 centov vynaložených nákladov na 1 euro výnosov z 1 ha pestovaného jačmeňa jarného.

Podľa ukazovateľa rentability boli pozitívne výsledky vykazované v tých istých rokoch, ako pri hodnotení celkovej nákladovosti výnosov. Iba v roku 2009 bol dosiahnutý nepriaznivý výsledok, keď ukazovateľ bol vo výške 0,779 to znamená, že na 1 euro vynaložených nákladov z 1 ha pripadal iba 77,9 centov výnosov, čiže podnik dosiahol stratu pri pestovaní jačmeňa. V roku 2010 ukazovateľ rentability nákladov dosiahol najlepšiu úroveň, bol v hodnote 1,253 čiže 1,253 eura výnosov na 1 euro vynaložených nákladov z 1 ha jačmeňa jarného.

4.3.1.4 Repka olejná – tvorba ceny, analýza nákladových položiek, nákladovosti a rentability

Repka olejná pozitívne ovplyvňuje život v pôde, vplýva na vodný režim a tiež je nemalá aj jej proti erózna vlastnosť na rizikových pôdach. Pestovanie repky olejnej úzko súvisí s vývojom počasia, ktorý je neplánovateľný a s ďalšími ohrozeniami, ktoré zvyšujú náklady na jej pestovanie. V tejto časti práce analyzujeme štruktúru nákladov tvoriacich celkové náklady na 1 ha repky olejnej a tiež nákladovosť výnosov a rentabilitu nákladov.

Predajná cena repky olejnej závisí od situácie na trhu, či na tomto trhu bude prebytok alebo nedostatok plodiny. Na posúdenie toho, či spoločnosť dosiahla stratu alebo zisk pri pestovaní repky sme vypočítali a porovnávali ceny vstupov s jej priemernou realizačnou cenou.

Tabuľka 22 Porovnanie cien vstupov a trhovej ceny (v eurách/t)

Položka	Roky			Zmena	
	2008	2009	2010	09-08	10-09
Predajná cena	376,40	261,20	309,80	-115,20	48,60
Náklady spolu	389,67	366,29	534,25	-23,38	167,96
Zisk/strata	-13,27	-105,09	-224,45	-91,82	-119,36
Dotácia	0,00	47,98	96,77	47,98	48,79
úroda v t/ha	2,77	3,27	2,17	0,50	-1,10

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A, vlastné výpočty

Podľa tabuľky 22. môžeme konštatovať, že pestovanie repky olejnej ani v jednom sledovanom roku neprináša pozitívne výsledky pre podnik. Príčinou tejto skutočnosti sú obrovské náklady, ktoré treba vynaložiť na jej produkciu. Najväčšia strata bola vykazovaná v roku 2010, keď bola na úrovni 224,45 eur na vyprodukovanie jednej tony. Najväčší vplyv na túto stratu mali nepriaznivé klimatické podmienky, ktoré sa prejavovali v záplavách a následne vznikom spodných vôd.

Predajná cena repky olejnej ako aj ostatných analyzovaných komodít závisí od situácie na trhu. Keď v dôsledku klimatických podmienok alebo iných príčin hektárové úrody klesajú, trhovú cenu rastie, pretože na trhu sa prejavuje nedostatok komodity a opačne. V roku 2009 v dôsledku finančnej krízy cena repky bola na veľmi nízkej úrovni, v tomto roku nepokryla vynaložené náklady na jej produkciu. Spoločnosť nemala inú možnosť musela predávať repku za podhodnotenú cenu, ale vytvorila si aj väčšie

zásoby, predpokladajúc, že situácia v budúcnosti sa vylepší. V roku 2010 sa v dôsledku poklesu hektárových úrod trhovú cenu repky zvyšovala, na trhu bol nedostatok komodity. Kvalita repky olejnej bola nižšia ako v predchádzajúcich obdobiach. Trhová cena repky olejnej počas sledovaného obdobia ani v jednom roku nebola postačujúcou na pokrytie cien vstupov súvisiacich s jej produkciou.

Pokles hektárových úrod sa prejavuje aj v raste cien vstupov, čiže nákladov na vyprodukovanú jednu tonu repky olejnej. Ich vzťah je nepriamo úmerný. V roku 2010 bola zaznamenávaná najvyššia úroveň cien vstupov. Príčinou boli zvyšujúce sa náklady na častejšie postrekovanie, lebo v dôsledku výdatných dažďov sa rozšírili choroby. V roku 2009 súčet cien vstupov bol na najlepšom stupni. V tomto roku nebola úroda ohrozená negatívnymi klimatickými podmienkami, boli vyhovujúce pre jej pestovanie. Skutočnosť, že spoločnosť aj v tomto roku vykazovala stratu pri pestovaní repky spočíva v tom, že jej trhovú cenu v dôsledku krízy bola veľmi nízka, ako som to už uviedla pri hodnotení jej predajnej ceny.

Tabuľka 23 Analýza cien vstupov (v eurách/ha)

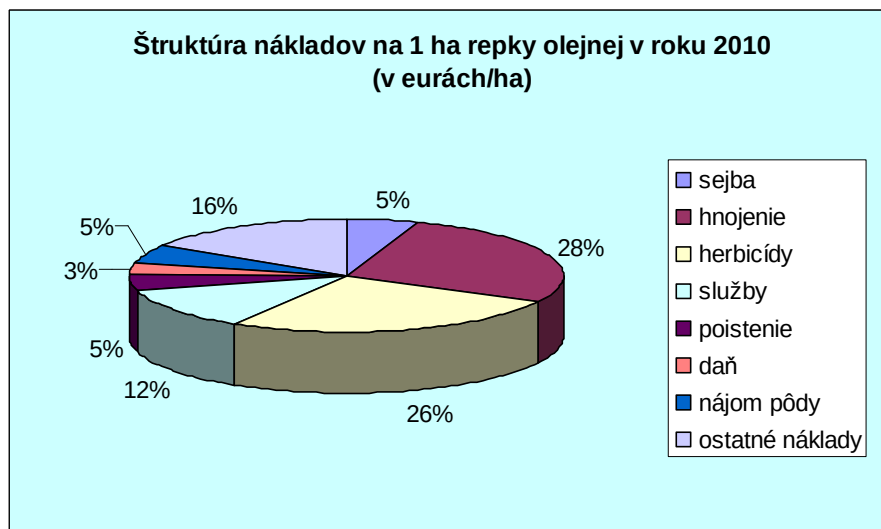
Nákladová položka	Náklady v eur/ha			Zmena		
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09
Sejba	48,56	54,14	60,45	5,58	11,89	6,31
Hnojenie	380,14	352,27	318,40	-27,87	-61,74	-33,87
Herbicídy	272,89	341,96	301,31	69,07	28,42	-40,65
Služby	131,65	114,78	136,41	-16,87	4,76	21,63
ostatné mat. náklady	0,10	19,18	0,00	19,08	-0,10	-19,18
Poistenie	0,00	0,00	55,75	0,00	55,75	55,75
Daň	33,12	34,55	35,43	1,43	2,31	0,88
nájom pôdy	58,22	51,50	62,91	-6,72	4,69	11,41
ostatné náklady	109,38	229,41	188,12	120,03	78,74	-41,29
spolu náklady	1034,06	1197,79	1158,78	163,73	124,72	-39,01

Zdroj: Vnútro podniková evidencia spoločnosti A, vlastné výpočty

Z uvedenej tabuľky vidíme, že stav celkových nákladov pri pestovaní repky olejnej má v roku 2009 oproti predchádzajúcemu roku stúpajúci a následne v roku 2010 oproti roku 2009 klesajúci charakter. Najväčšiu úroveň celkových nákladov spoločnosť vykazovala v roku 2009, keď ich hodnota bola vo výške 1197,79 eur/ha. V poslednom sledovanom období suma celkových nákladov na pestovanie 1 ha repky olejnej opäť bola na vyššej úrovni, predstavovala 1158,78 eur/ha. Táto hodnota znamená zníženie o 39,01

eur/ha oproti roku 2009 a rast o 124,72 eur/ha oproti roku 2008. Podiel jednotlivých nákladových položiek je uvedený na grafe 4.

Graf 4



Zdroj: Zostavený na základe vlastných výpočtov z tabuľky 23

V tomto roku najväčší podiel z celkových nákladov tvorili náklady na hnojenie, vo výške 318,40 eur/ha v percentuálnom vyjadrení 27,48% a najmenší podiel zaberala daň z pôdy v hodnote 35,43 eur/ha, t.j. 3,06%.

Vstupy do poľnohospodárskej prvovýroby sú kombináciou rôznych faktorov. Vývoj vstupov je podmienené objemom (väčšie nakupované množstvo v prípade nižšej ceny, čas nákupu) a cenou. Vo všeobecnosti je to obyčajne cena, ktorá sa každým rokom upravuje minimálne o mieru inflácie.

Tabuľka 24 Analýza výnosov repky olejnej (v eurách/ha)

Položka	Výnosy v eur/ha			zmena			index	
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09	09/08	10/09
Celkový výnos	929,92	974,60	873,59	44,68	-56,33	-101,01	1,048	0,896

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A, vlastné výpočty

Tabuľka 24. nám udáva, že vývoj ha výnosov z pestovania repky olejnej má kolísavý trend. V roku 2010 výnosy z 1 ha repky olejnej boli vo výške 873,59 eur/ha, čo znamená

pokles o 101,01 eur/ha, t.j. o 10,36% oproti roku 2009 a zníženie o 56,33 eur/ha oproti roku 2008. V tomto roku boli výnosy z 1 ha na najnižšej úrovni v rámci sledovaných rokov. Spoločnosť A najlepšie výsledky ohľadom ha výnosov dosiahla v roku 2009, keď boli vo výške 974,60 eur/ha.

Keďže spoločnosť využíva dopytovo orientovanú tvorbu cien, predáva svoje výrobky za ceny vyplývajúce zo situácií na trhu. Priaznivejšie výsledky ukazovateľov rentability a nákladovosti výnosov môže dosiahnuť len znížením cien vstupov potrebných na vyprodukovanie komodity, čiže vynaložené náklady. Keď na trhu prevláda nedostatok komodity, jej trhovú cenu je vyššia, z čoho vyplýva, že rastú aj výnosy z jej pestovania. Táto situácia neznamenaá jednoznačné zlepšenie hodnôt ukazovateľov rentability a nákladovosti, pretože nedostatok komodity môže byť zapríčinený malými hektárovými úrodami a v takomto prípade spoločnosti sa zvýšia aj vynaložené náklady na jej produkciu.

Tabuľka 25 Analýza celkovej nákladovosti výnosov a rentability nákladov (v eur/ha)

Položky	roky			zmena		
	2008	2009	2010	09-08	10-08	10-09
Náklady na 1 ha	1034,06	1197,79	1158,78	163,73	124,72	-39,01
Výnosy na 1 ha	929,92	974,60	873,59	44,68	-56,33	-101,01
celková nákladovosť výnosov	1,112	1,229	1,326	0,117	0,214	0,097
rentabilita nákladov	0,899	0,814	0,754	-0,086	-0,145	-0,060

Zdroj: Vlastné výpočty

Z hore uvedenej tabuľky vyplýva, že spoločnosť A ani v jednom roku nespĺňa podmienku priaznivej situácie či už ohľadom celkovej nákladovosti výnosov alebo rentability nákladov. Príčinou takého stavu je to, že v každom sledovanom roku hodnota celkových nákladov na 1 ha je vyššia ako hodnota výnosov z 1 ha. Spoločnosť A v každom období vykazuje stratu pri pestovaní repky olejnej. Najhoršie výsledky boli dosiahnuté v roku 2010, keď hodnota nákladovosti výnosov bola na úrovni 1,326, čiže 1,326 eura nákladov na 1 euro výnosov z 1 ha. V tomto roku rentabilita nákladov predstavovala 0,754 t.j. 75,4 centov výnosov na 1 euro vynaložených nákladov z 1 ha pestovanej repky olejnej.

4.3.2 Analýza cien výstupov hlavných plodín RV

Vývoj realizačných cien hlavných plodín RV v analyzovanej spoločnosti je ovplyvňovaný predovšetkým vývojom predajných cien plodín RV na medzinárodnom trhu. Realizačné ceny plodín spoločnosti sú tvorené na základe dopytu a ponuky rastlinných komodít na tomto trhu. V prípade nedostatku plodín zákazníci sú ochotní platiť aj vyššie ceny za rastlinné komodity, z toho vyplýva, že realizačné ceny spoločnosti sú vyššie, v opačnom prípade, čiže ak je na trhu prebytok plodín tak realizačné ceny spoločnosti sú významne nižšie a spoločnosť v mnohých prípadoch vykazuje stratu z pestovania rastlinných komodít.

V tejto časti práce hodnotíme vývoj priemerných realizačných cien hlavných komodít RV v analyzovanej spoločnosti, ďalej v ktorých rokoch boli na najvyššej alebo naopak na najnižšej úrovni. Tento vývoj budeme vysvetľovať za pomoci vlastných tabuliek a grafov.

Tabuľka 26 Priemerné realizačné ceny hlavných plodín RV spoločnosti A (v eurách/t)

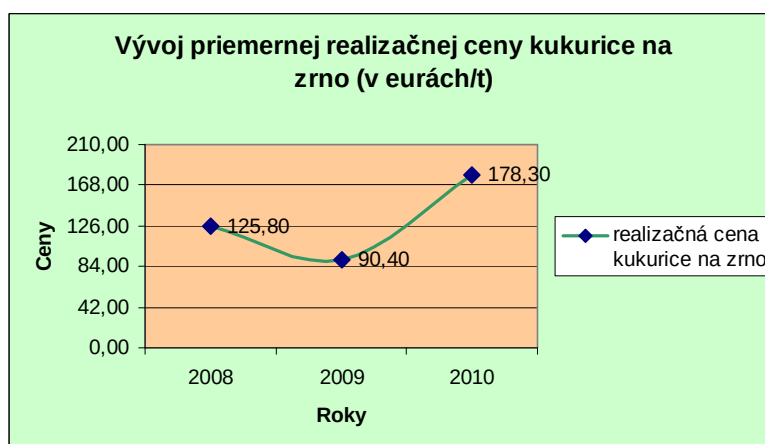
Názov	Roky			Zmena		Index	
	2008	2009	2010	09-08	10-09	09/08	10/09
Kukurica na zrno	125,80	90,40	178,30	-35,4	87,9	0,719	1,97
Pšenica ozimná	134,70	90,40	121,50	-44,3	31,1	0,671	1,34
Jačmeň jarný	197,10	90,40	183,10	-106,70	92,7	0,459	2,03
Repka olejná	376,40	261,20	309,80	-115,2	48,6	0,694	1,19

Zdroj: Vnútro podniková evidencie spoločnosti A, vlastné výpočty

Medzi hlavné plodiny RV spoločnosti A patria: kukurica na zrno, pšenica ozimná, jačmeň jarný a repka olejná. Priemerná realizačná cena kukurice na zrno má kolísavý charakter. V roku 2008 cena kukurice bola vo výške 125,80 eur/t a v roku 2009 predstavovala hodnotu 90,40 eur/t, čo znamená pokles ceny o 35,40 eur/t, t.j. v relatívnom vyjadrení o 28,1 % oproti predchádzajúcemu roku. V roku 2010 priemerná realizačná cena kukurice na zrno bola na najvyššej úrovni v sledovaných rokoch. V tomto roku dosiahla hodnotu 178,30 eur/t, čo znamená zvýšenie o 87,90 eur/t oproti roku 2009, keď realizačná cena komodity bola na úrovni 90,40 eur/t (najnižšia hodnota realizačnej ceny kukurice na zrno v sledovanom období). V roku 2010 teda predajná cena kukurice na zrno bola skoro 2

x vyššia ako v predchádzajúcom roku. Vývoj priemernej realizačnej ceny kukurice na zrnó znázorňuje graf 5.

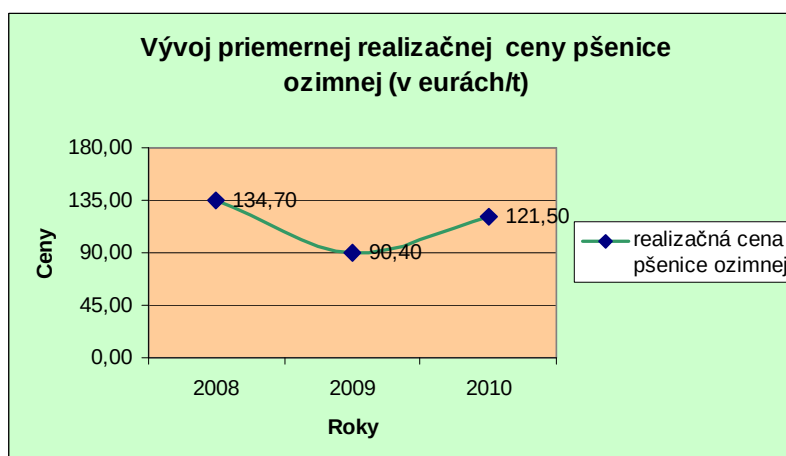
Graf 5



Zdroj: Zostavený na základe vlastných výpočtov z tabuľky 26

Priemerná realizačná cena pšenice ozimnej v roku 2008 predstavovala hodnotu 134,70 eur/t, to znamená, že v tomto roku dosiahla najvyššiu úroveň v sledovanom období. V nasledujúcom roku hodnota realizačnej ceny pšenice bola iba 90,40 eur/t, čo bolo pokles ceny o 44,3 eur/t, t.j. o 32,9% oproti roku 2008. V roku 2010 priemerná predajná cena bola vo výške 121,50 eur/t, čo predstavuje rast realizačnej ceny o 31,1 eur/t, t.j. o 34% v relatívnom vyjadrení oproti roku 2009 a pokles realizačnej ceny o 13,20 eur/t oproti roku 2008. Na základe tejto analýzy môžeme konštatovať, že priemerná realizačná cena pšenice má kolísavý trend, najprv klesajúci a v poslednom roku zase stúpajúci.

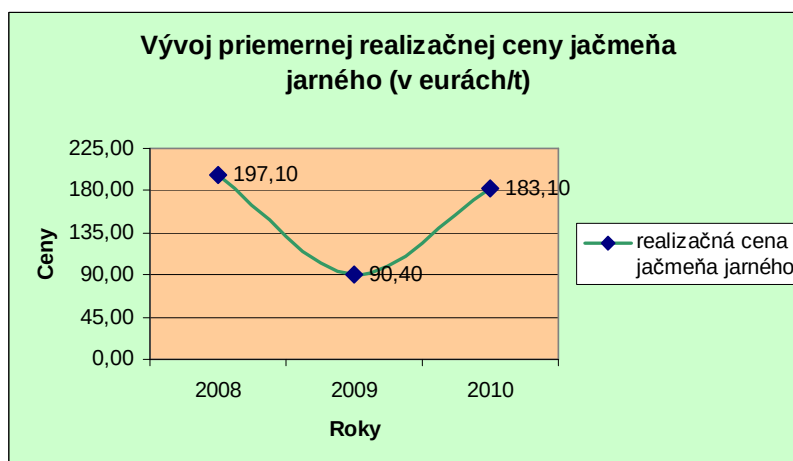
Graf 6



Zdroj: Zostavený na základe vlastných výpočtov z tabuľky 26

V roku 2008 priemerná realizačná cena jačmeňa bola na úrovni 197,10 eur/t, v tomto roku predstavovala najlepšiu hodnotu spomedzi sledovaných rokov. Táto cena je o 106,70 eur vyššia, ako predajná cena v roku 2009, keď dosiahla len výšku 90,40 eur/t. V roku 2009 spoločnosť zaznamenávala pokles realizačnej ceny jačmeňa o 106,70 eur/t, čo v relatívnom vyjadrení znamená zníženie o 54,1%. V roku 2010 hodnota jačmeňa zase bola na veľmi dobrej úrovni, vtedy predstavovala 183,10 eur/t, čo znamená v absolútnom vyjadrení rast ceny o 92,70 eur/t, oproti roku 2009. V tomto roku priemerná realizačná cena jačmeňa bola viac ako 2 x vyššia ako v predchádzajúcom roku. Vývoj priemernej realizačnej ceny jačmeňa má tiež kolísavý charakter. Tento vývoj znázorňuje graf 7.

Graf 7



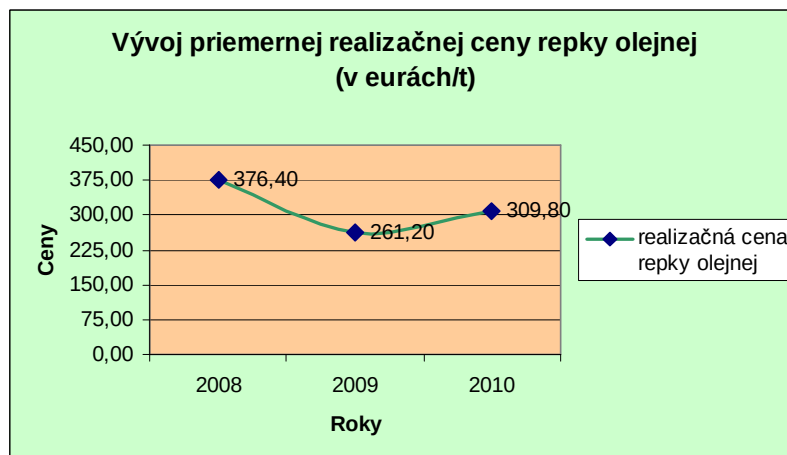
Zdroj: Zostavený na základe vlastných výpočtov z tabuľky 26

Priemerná predajná cena repky olejnej v roku 2008 predstavovala najvyššiu hodnotu, vtedy bola vo výške 376,40 eur/t. V roku 2009 cena repky olejnej dosiahla najhoršiu úroveň, ako aj ceny ostatných sledovaných plodín, keď cena za 1 tonu repky bola iba 261,20 eur. Táto hodnota znamená pokles ceny repky o 115,20 eur/t, t. j. o 30,6% v relatívnom vyjadrení oproti roku 2008. V roku 2010 priemerná realizačná cena repky opäť bola na dobrej úrovni, dosiahla výšku 309,80 eur/t, čo predstavuje zvýšenie ceny o 48,60 eur/kg, t. j. o 19% oproti predchádzajúcemu roku. Trend vývoja priemernej realizačnej ceny repky olejnej je kolísavý. Tento vývoj znázorňuje graf 8.

Z analýzy priemerných realizačných cien hlavných plodín RV spoločnosti A vyplýva, že najslabšie hodnoty realizačných cien boli dosahované v roku 2009, čo je dôsledkom

prebytku plodín RV na medzinárodnom trhu a tiež nižšej kvality pestovaných plodín, čo je spôsobené nepriaznivými podmienkami počasia.

Graf 8



Zdroj: Zostavený na základe vlastných výpočtov z tabuľky 26

4.4. Úspešnosť podnikateľskej činnosti spoločnosti A

V poslednej časti vlastnej práce analyzujeme, do akej miery je daná spoločnosť rentabilná, ďalej jej účinnosť využívania výrobných faktorov na výrobu užitočných výstupov na základe matíc efektívnosti a na konci tejto analýzy ju hodnotíme za pomoci CH – indexu.

4.4.1 Ukazovatele rentability

Obsahom tohto bodu práce je analýza ukazovateľov rentability. Spoločné pre tieto ukazovatele je, že porovnávajú čistý výsledok hospodárenia so základom, ktorý môže byť objem vloženého kapitálu alebo objem podnikovej činnosti. Cieľom každého podnikateľského subjektu je maximalizácia týchto ukazovateľov.

Tabuľka 27 Vývoj hlavných ukazovateľov rentability

ukazovateľ	roky			zmena		index	
	2008	2009	2010	09-08	10-09	09/08	10/09
RCK	-0,0510	-0,0857	-0,0023	-0,0347	0,0834	1,6800	0,0273
RVK	-0,1570	-0,2992	-0,0543	-0,1422	0,2449	1,9052	0,1814
RZI	-0,3294	-0,4804	-0,0914	-0,1510	0,3891	1,4585	0,1902
RT	-0,1163	-0,2466	-0,0445	-0,1303	0,2021	2,1203	0,1806
RCN	-0,0788	-0,1455	-0,0276	-0,0667	0,1180	1,8461	0,1893
RCV	-0,0856	-0,1703	-0,0283	-0,0847	0,1420	1,9902	0,1663

Zdroj: Výkaz ziskov a strát a súvaha spoločnosti A, vlastné výpočty

Dosiahnuté hodnoty ukazovateľov rentability vo veľkej miere závisia od trhových cien komodít rastlinnej výroby a podobne aj živočíšnej výroby. Keď realizačné ceny týchto produktov sú tvorené tak, aby pokryli vynaložené náklady na ich produkciu a aby prinášali zisk z ich produkcie, tak ukazovatele rentability dosiahnu lepšie zhodnotenie a tým pádom aj spoločnosť ako celok bude rentabilná.

V prípade spoločnosti A ukazovatele rentability vykazujú samé negatívne výsledky, príčinou čoho je dosiahnutá strata za účtovné obdobia počas každého sledovaného roku. Na každoročnú stratu výrazne vplýva skutočnosť, že hospodárenie s hlavnými komoditami rastlinnej výroby vo väčšine prípadov má negatívny charakter, čiže je stratové. Náklady na

produkcii komodít v mnohých prípadoch prekročia ich priemerné realizačné ceny. Prežitie podniku závisí od poskytnutých dotácií. Na situáciu spoločnosti A negatívne vplyvajú aj nízke trhové ceny živočíšnych produktov.

Analyzovaná spoločnosť priaznivejšie výsledky rentability môže dosiahnuť len znížením nákladov, čiže cien vstupov pri produkcii poľnohospodárskych výrobkov, pretože predajné ceny výrazne neovplyvňuje, ich výška závisí vo väčšej miere od aktuálnej situácie na trhu. V oblasti rastlinnej výroby takúto možnosť znamená investovanie do inovácie strojov a zariadení, ktoré vykonávajú hnojenie, postrekovanie, aby ich spotreba bola nižšia, menšie straty pri práci (hmotné aj časové).

Rentabilita celkového kapitálu predstavuje efektívnosť, účinnosť vynaloženia celkového kapitálu, bez ohľadu na to, či kapitál je vlastný alebo cudzí. Keďže v tomto konkrétnom prípade ukazovatele rentability celkového kapitálu v každom roku vykazovali záporné hodnoty, nemôžeme hovoriť o jeho efektívnom využívaní. Najhorší výsledok bol dosiahnutý v roku 2009, keď hodnota ukazovateľa bola vo výške -0,0857, t.j. -8,57%. Táto hodnota je dôsledkom toho, že v tomto roku bola vykazovaná najväčšia strata spoločnosti. Najlepší výsledok bol prezentovaný v roku 2010 ako najmenšia strata za posledné tri roky vo výške -0,0023, t.j. -0,23%. Môžeme konštatovať, že spoločnosť v tomto roku sa snaží o efektívne využitie jej celkového kapitálu oproti predchádzajúcim rokom.

Rentabilita vlastného kapitálu vyjadruje, do akej miery sa reprodukovujú vlastné zdroje spoločnosti vložené do podnikania. Z vypočítaných hodnôt ukazovateľov rentability vlastného kapitálu vyplýva, že spoločnosť A nedosiahne cieľ najvyššieho zhodnotenia vlastného kapitálu. V roku 2010 bola hodnota ukazovateľa na úrovni -0,0543 t.j. -5,43%, čo znamená zlepšenie o 24,49% oproti roku 2009, keď bola vo výške -29,92%.

V prípade rentability základného imania hovoríme o pomere čistého výsledku hospodárenia a stavu základného imania podnikateľského subjektu.

Rentabilita tržieb charakterizuje koľko zisku (straty) vyprodukoval podnik na 1 euro tržieb (resp. na 100 eur tržieb). V roku 2009 bol ukazovateľ vo výške -0,2466, čo znamená, že spoločnosť A na 100 eur tržieb vyprodukovala 24,66 eura straty. V nasledujúcom roku rentabilita tržieb predstavovala hodnotu -0,0445 t.j. 4,45 eura straty na 100 eur vyprodukovaných tržieb, čo znamená rast hodnoty ukazovateľa o 20,21 eura na 100 eur tržieb.

Rentabilita celkových nákladov dosiahla najhorší výsledok v roku 2009, keď bola vo výške -0,1455 čiže na 100 eur vynaložených nákladov pripadla strata v hodnote 14,55 eura.

Najpriaznivejšia úroveň ukazovateľa bola vykázaná v roku 2010 a to -0,0276 čo predstavuje, že na 100 eur vynaložených nákladov bola dosiahnutá strata vo výške 2,76 eura.

Rentabilita výnosov, ako aj ostatné analyzované ukazovatele, predstavuje záporné hodnoty. V roku 2010 bola v hodnote -0,0283 t.j. 2,83 eura straty na 100 eur celkových nákladov. Táto hodnota vyjadruje rast ukazovateľa o 14,20 eura na 100 eur vynaložených nákladov oproti roku 2009.

4.4.2 Efektívnosť spoločnosti A

Pre výpočet efektívnosti spoločnosti sme zvolili maticu efektívnosti, ktorá pozostáva zo štyroch kvadrantov. V našom prípade najväčší význam majú kvadranty II. a III.

Tabuľka 28 Matica efektívnosti na rok 2008

2008		Výstupy			Vstupy		
		Z	P	V	PP	DHM	N
		-1 027 095	8 792 107	12 001 454	192	10 650 028	13 028 549
		Ukazovatele efektívnosti			Vzťahy medzi vstupmi		
PP	192	-5349	45792	62508	1	55469	67857
DHM	10 650 028	-0,0964	0,8255	1,1269	0,000018	1	1,2233
N	13 028 549	-0,0788	0,6748	0,9212	0,000014	0,8174	1
		Vzťahy medzi výstupmi			Ukazovatele náročnosti		
Z	-1 027 095	1	-8,5602	-11,6849	-0,000187	-10,3691	-12,6849
P	8 792 107	-0,1168	1	1,3650	0,000022	1,2113	1,4818
V	12 001 454	-0,0856	0,7326	1	0,000016	0,8874	1,0856

Zdroj: Vlastné výpočty

Tabuľka 29 Matica efektívnosti na rok 2009

2009		Výstupy			Vstupy		
		Z	P	V	PP	DHM	N
		-1 501 815	6 504 353	8 817 258	176	10 525 381	10 319 073
		Ukazovatele efektívnosti			Vzťahy medzi vstupmi		
PP	176	-8533	36957	50098	1	59803	58631
DHM	10 525 381	-0,1427	0,6180	0,8377	0,000017	1	0,9804
N	10 319 073	-0,1455	0,6303	0,8545	0,000017	1,0200	1
		Vzťahy medzi výstupmi			Ukazovatele náročnosti		
Z	-1 501 815	1	-4,3310	-5,8711	-0,000117	-7,0084	-6,8711
P	6 504 353	-0,2309	1	1,3556	0,000027	1,6182	1,5865
V	8 817 258	-0,1703	0,7377	1	0,000019	1,1937	1,1703

Zdroj: Vlastné výpočty

Tabuľka 30 Matica efektívnosti na rok 2010

2010		Výstupy			Vstupy		
		Z	P	V	PP	DHM	N
		-257 462	6 707 504	9 086 757	159	9 876 378	9 344 219
		Ukazovatele efektívnosti			Vzťahy medzi vstupmi		
PP	159	-1619	42186	57149	1	62116	58769
DHM	9 876 378	-0,0261	0,6791	0,9200	0,000016	1	0,9461
N	9 344 219	-0,0276	0,7178	0,9724	0,000017	1,0570	1
		Vzťahy medzi výstupmi			Ukazovatele náročnosti		
Z	-257 462	1	-26,0524	-35,2936	-0,000618	-38,3605	-36,2936
P	6 707 504	-0,0384	1	1,3547	0,000024	1,4724	1,3931
V	9 086 757	-0,0283	0,7382	1	0,000017	1,0869	1,0283

Zdroj: Vlastné výpočty

I. Kvadrant - obsahuje ukazovatele efektívnosti (účinnosti). Podmienkou efektívnosti je, aby každý ukazovateľ tohto kvadrantu dosahoval kladné hodnoty. V našom prípade podmienka efektívnosti nie je splnená ani v jednom sledovanom roku, pretože v dôsledku záporného výsledku hospodárenia spoločnosť A môže vykazovať len negatívne hodnoty ukazovateľov v prvom stĺpci.

II. Kvadrant - obsahom tohto kvadrantu sú ukazovatele charakterizujúce vzťahy medzi vstupmi. Podiel DHM a počtu pracovníkov, čiže vybavenosť zamestnancov DHM má stúpajúcu tendenciu, príčinou čoho je predovšetkým pokles počtu pracovníkov spoločnosti. V roku 2008 hodnota ukazovateľa bola vo výške 55 469 eur a na rok 2010 vzrástla na úroveň 62 116 eur, čo znamená zvýšenie o 6 647 eur, v percentuálnom vyjadrení o 11,98% na 1 pracovníka spoločnosti. Podiel DHM a nákladov má tiež rastúci charakter. V roku 2010 predstavoval hodnotu 1,057 eur, čo vyjadruje zvýšenie o 0,037 eura oproti roku 2009 a rast o 0,24 eura oproti roku 2008. Podiel nákladov na 1 pracovníka v roku 2010 činil 58 769 eur, čo znamenalo rast o 138 eur oproti predchádzajúcemu roku a pokles o 9 088 eur oproti roku 2008. Rozhodujúcim faktorom poklesu nákladov na 1 pracovníka bolo výrazné zníženie celkových nákladov spoločnosti.

III. Kvadrant - obsahuje ukazovatele vyjadrujúce vzťahy medzi výstupmi. Najnižšie hodnoty vykazuje ukazovateľ podielu produkcie a zisku ako aj ukazovateľ podielu výnosov a zisku, čo je spôsobené negatívnym výsledkom hospodárenia v každom analyzovanom roku. Ukazovateľ vyjadrujúci vzťah medzi produkciou a výnosom má

mierne stúpajúcu tendenciu. V poslednom sledovanom roku bol vo výške 0,7382 eura, čo znamenalo rast o 0,0005 eura oproti roku 2009 a zvýšenie o 0,0056 eura oproti roku 2008. Opakom tohto ukazovateľa je podiel výnosov a produkcie, ktorý charakterizuje opačný trend, čiže klesajúci.

IV. Kvadrant - tvoria ukazovatele náročnosti a pre priaznivý vývoj efektívnosti podniku je podmienkou, aby ich hodnota bola čo najnižšia. Negatívne výsledky jednotlivých ukazovateľov sú dôsledkom záporného výsledku hospodárenia, ako som to už uviedla v predchádzajúcich kvadrantoch matice efektívnosti.

4.4.3 Finančná situácia podniku, CH – index

V poslednom bode tejto časti práce sme hodnotili analyzovanú spoločnosť na základe Chrastinovej indexu. Tento index slúži pre predikčnú analýzu podniku. CH – index predstavuje rovnicu, ktorá je zostavená pomocou piatich ukazovateľov.

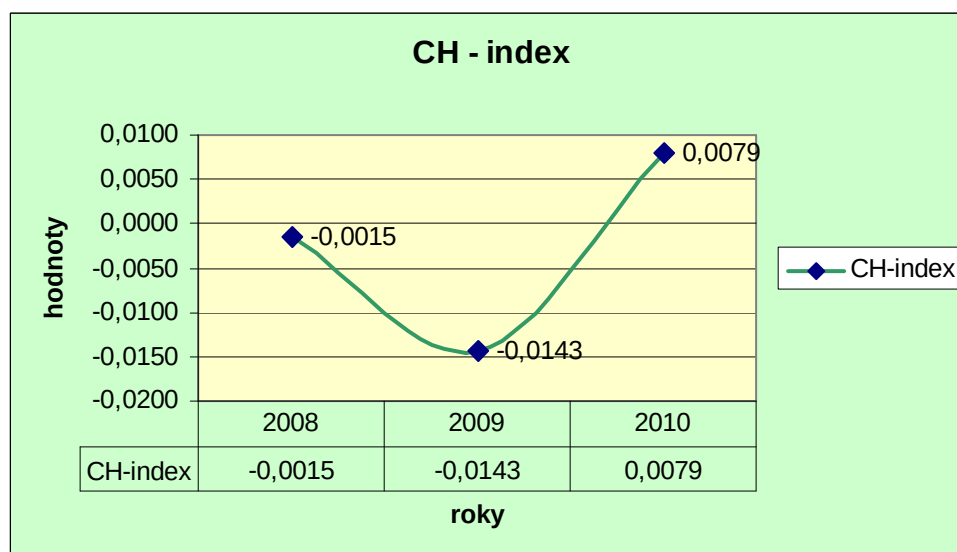
Tabuľka 31 CH - index

Ukazovateľ		Váha	Skutočná hodnota			Prepočítaná hodnota		
			2008	2009	2010	2008	2009	2010
X ₁	Zisk po zdanení /celkový kapitál * 100	0,37	-0,0006	-0,0010	-0,0002	-0,00023	-0,00037	-0,00006
X ₂	Zisk po zdanení /tržby * 100	0,25	-0,0012	-0,0025	-0,0004	-0,00029	-0,00062	-0,00062
X ₃	Cash flow/závazky	0,21	-0,0017	-0,0594	0,0449	-0,00036	-0,01248	0,00943
X ₄	Závazky/tržby * 365	-0,10	0,0027	0,0040	0,0045	-0,00027	-0,00040	-0,00045
X ₅	Cudzí kapitál/celkový kapitál *100	-0,07	0,0053	0,0060	0,0063	-0,00037	-0,00042	-0,00044
CH	CH - index	x	x	x	x	-0,0015	-0,0143	0,0079

Zdroj: Vlastné výpočty

Na základe výpočtov môžeme konštatovať, že Spoločnosť A v každom analyzovanom roku patrí medzi priemerné podniky. Výsledky CH – indexu sa pohybovali v intervale od -5 do 2,5. V roku 2008 index bol vo výške -0,0015, v roku 2009 dosiahol hodnotu -0,0143 a v poslednom roku bol na úrovni 0,0079, keď vykazoval kladný výsledok.

Graf 9



Zdroj: Zostavený na základe vlastných výpočtov z tabuľky 31

Návrhy na zlepšenie

Hlavným cieľom zvýšenia efektivity cenovej politiky spoločnosti A by mali byť optimálnejšie a racionálnejšie využitia vstupov na strane nákladov, ktoré by sa dali dosiahnuť nasledovnými riešeniami:

A. V oblasti rastlinnej výroby:

- zvýšiť podiel vlastných osív a sadív z ich celkového používaného množstva (znižit' ich nákup) pri racionálnom využití pôdneho fondu
- racionálnejšie hnojenie priemyselnými hnojivami, vhodne volený osevný postup a výber vhodných odrôd resp. hybridov
- modernizácia strojového parku na základe dotácií z domácich a európskych fondov
- zamestnanie manažéra pre vypracovanie projektov na dotácie
- efektívizácia výrobného procesu s dosahom na lepšiu kvalitu produktov, aby boli realizovateľné nielen na domácom, ale aj na trhu Európskej Únie
- krmivo pre živočíšnu výrobu zabezpečiť v rozhodujúcej miere z vlastnej rastlinnej výroby (znižit', minimalizovať náklady spojené s nákupom krmív)
- zmapovať pôdny fond v prospech účinnejšieho osevu plodín rastlinnej výroby (minimalizácie strát vynechaním najrizikovejších častí pôdneho fondu)

B. V oblasti živočíšnej výroby:

- posilnenie doplnkových zdrojov príjmov pomocou priameho predaja poľnohospodárskych výrobkov (to znamená založenie a prevádzkovanie malých predajných miest umiestených priamo v podnikoch alebo miestach dostupných pre návštevníkov regiónu)
- pokiaľ sa cena bravčového mäsa nemení, ponúkať na predaj čo najväčšie množstvo odstavčiat
- neustále zlepšenie zdravotného stavu kráv, čím sa zabezpečí zvýšenie počtu laktácií, čo výrazne prispeje k zníženiu vlastných nákladov produkcie mlieka
- tak ako pri rastlinnej aj v živočíšnej výrobe lepšie využitie možností dotácií za pomoci projektov z fondov EÚ

5. Záver

Hlavným cieľom diplomovej práce s názvom „Cenová politika ako rozhodujúci nástroj úspešnosti podnikania“ bola analýza cien vstupov a výstupov hlavných komodít rastlinnej výroby vo vybranej spoločnosti a zhodnotiť ich vplyv na jej úspešnosť podnikania. Výsledkom tejto analýzy bolo objasnenie vývoja priemerných realizačných cien vybraných plodín rastlinnej výroby, vývoja cien vstupných prvkov na produkciu jednotlivých komodít a vplyv týchto cien na úspešnosť spoločnosti.

Pre dosiahnutie výsledkov diplomovej práce bolo nevyhnutné zabezpečiť, zhromaždiť dostatočné množstvo údajov a informácií, ktoré sme získali z vnútropodnikovej evidencie, výročných správ, výkazov zisku a strát a súvahy v plnom rozsahu spoločnosti A za roky 2008 – 2010.

Pri vypracovaní prvej kapitoly sme postupovali na základe naštudovaných poznatkov z odbornej literatúry domácich a zahraničných autorov. V druhej kapitole sme vypracovali cieľ diplomovej práce a v tretej kapitole sme rozpracovali postupy a metódy na splnenie tohto cieľa.

Kapitolu s názvom „Výsledky práce“ sme rozdelili na štyri podkapitoly, v rámci ktorých sme uskutočnili základnú a ekonomickú charakteristiku spoločnosti A, analýzu cenovej politiky, vrátane analýzy cien vstupov a výstupov a v poslednej kapitole sme hodnotili rentabilitu a efektívnosť spoločnosti A ako celku.

V základnej charakteristike spoločnosti sme hodnotili vývoj zamestnancov podľa vekovej kategórie a stupňa vzdelávania, stav zberových plôch a hektárových úrod hlavných komodít rastlinnej výroby a v poslednej časti stav hospodárskych zvierat počas sledovaného obdobia. V ekonomickej charakteristike spoločnosti A sme uskutočnili hodnotenie štruktúry majetku, kapitálu a výsledku hospodárenia spoločnosti za jednotlivé účtovné obdobia, z čoho sme dospeli k záveru, že spoločnosť v každom sledovanom roku vykazovala stratu.

V tretej podkapitole vlastnej práce sme porovnávali priemerné realizačné ceny komodít s cenami vstupov, potrebných na ich vyprodukovanie. Na základe tohto porovnávania sme zistili, že vo väčšine prípadov produkcia týchto komodít je stratová. Realizačné ceny plodín nepokrývajú ani vynaložené náklady, čiže ceny vstupov. Priemerné realizačné ceny hlavných komodít majú kolísavý charakter. Najlepšie výsledky boli dosiahnuté v roku 2008, keď situácia na trhu komodít bola priaznivá a jej pestovanie nebolo ohrozené nepriaznivými výkyvmi počasia. V roku 2009 bol zaznamenaný dopad

svetovej finančnej krízy, v dôsledku čoho realizačné ceny hlavných komodít spoločnosti výrazne poklesli. Spoločnosť nemala inú možnosť, svoje komodity predala za podhodnotené trhové ceny, čo zapríčinilo obrovské straty v oblasti rastlinnej výroby. V poslednom sledovanom roku prevládala priaznivejšia situácia na trhu, trhové ceny komodít sa výrazne zvýšili oproti roku 2009. Príčinou vysokých trhových cien komodít bol pokles hektárových úrod v dôsledku negatívnych klimatických podmienok v podobe záplav a následne stúpania spodných vôd. Táto situácia výrazne ovplyvnila aj stav vynaložených nákladov. Hodnoty týchto nákladov boli na vysokej úrovni v dôsledku častejšieho postrekovania, poklesu hektárových úrod ako aj výdavkov na odstránenie škôd.

Pri zhodnotení ukazovateľov nákladovosti výnosov a rentability nákladov sme dospeli k názoru, že ceny vstupov (nákladov) výrazne ovplyvňujú vývoj týchto veličín. Čím menej nákladov pripadlo na pestovanie hlavných komodít, tým lepšie výsledky znázornili tieto ukazovatele. Vývoj nákladovosti a rentability výrazne závisí aj od stavu výnosov, ktorý je podmienený trhovými cenami komodít a v značnej miere poskytnutými dotáciami na ich pestovanie.

V poslednej podkapitole sme zhodnotili úspešnosť podniku ako celku. Na základe výpočtu ukazovateľov rentability spoločnosť nie je rentabilná. Hodnoty týchto ukazovateľov predstavili samé záporné výsledky, čo bolo zapríčinené negatívnym výsledkom hospodárenia počas sledovaného obdobia. Tieto slabé výsledky boli zapríčinené predovšetkým nízkymi realizačnými cenami na trhu komodít rastlinnej výroby a vysokými vstupnými cenami na ich vyprodukovanie, ktoré sme analyzovali v predchádzajúcej kapitole práce. Hodnotu týchto veličín spoločnosť by mohla výrazne zlepšiť efektívnejšou cenovou politikou a vyhľadávaním lepších odbytových možností. Spoločnosť A tvorí ceny komodít na základe dopytu, z čoho vyplýva, že trhové ceny neovplyvňuje, možnosti má v oblasti cien vstupov a v zvyšovaní kvality svojich komodít. Vhodným riešením situácie by mohlo byť zvýšenie podielu vlastných osív a sadív z ich používaného množstva, racionálnejšie hnojenie priemyselnými hnojivami, vhodne zvolený osevný postup, modernizácia strojov a zariadení na základe poskytnutých dotácií, zabezpečenie krmiva pre hospodárske zvieratá v značnej miere z vlastnej rastlinnej výroby, zmapovanie pôdneho fondu s cieľom minimalizácie a s cieľom eliminácie rizikových častí, pokiaľ sa cena bravčového mäsa nemení ponúkať na predaj čo väčšie množstvo odstaviť, neustále zlepšenie zdravotného stavu kráv, čím sa zabezpečí zvýšenie počtu laktácií, čo výrazne prispeje k zníženiu vlastných nákladov produkcie mlieka.

Z hodnotenia efektívnosti spoločnosti môžeme konštatovať, že neefektívne využíva svoje zdroje, pretože ukazovatele prvého kvadrantu matíc efektívnosti dosahovali záporné hodnoty. V roku 2010 hodnoty týchto ukazovateľov boli ešte stále negatívne, ale približovali k pozitívnym výsledkom, príčinou tohto pozitívneho vývoja bolo efektívnejšie hospodárenie spoločnosti. Pri finančnej analýze spoločnosti podľa CH – indexu sme dospeli k záveru, že spoločnosť A patrí medzi priemerné podniky ohľadom na jej finančné zdroje.

6. Použitá literatúra

1. ALEXÝ, J. 2005. Finančná a ekonomická analýza. Bratislava: IRIS, 2005. 121 s. ISBN 80-89018-90-4
2. ALEXÝ, J. – SIVÁK, R. 2005. Podniková ekonomika. Bratislava: IRIS, 2005. str. 12. ISBN 80-89018-82-3
3. BACULÍKOVÁ, N. – CEHULA, M. 2008. Ceny a cenové stratégie. 1. vyd. Trenčín: FSEV FhUAD, 2008. 110 s. ISBN 978-80-8075-307-8
4. BIELIK, P. 2006. Podnikové hospodárstvo. Nitra: SPU, 2006. 319 s. ISBN 80-8069-698-5
5. BIELIK, P. a kolektív. 2001. Podnikovo hospodárska teória agrokomplexu. 2. vyd. Nitra: SPU, 2001. 270 s. ISBN 80-7137-861-5
6. BIELIK, P. – GURČÍK, Ľ. – DVOŘÁK, M. – BLCHÁČ, J. 2002. Ekonomika podnikov. Nitra: SPU, 2002. 184 s. ISBN 80-8069-069-3
7. BOREKOVÁ, B. 2006. Ekonomika agroodvetví. Nitra: SPU, 2006. 198 s. ISBN 80-8069-805-8
8. BOROVSÝ, J. 2005. Manažment zmien – cesta k rastu konkurencieschopnosti. Bratislava: Eurounion, 2005. 142 s. ISBN 80-88984-66-1
9. ČUNDERLÍK, D. 1998. Základy hospodárenia firmy. Bratislava: Ing. Mračko, 1998. 240 s. ISBN 80-8057-086-8
10. FIBÍROVÁ, I. – ŠOLJAKOVÁ, L. 2005. Hodnotenie nástroje řízení v měření výkonnosti podniku. 1. vyd. Praha: ASP, 2005. 263 s. ISBN 80-7357-084-X
11. GURČÍK, Ľ. 2004. Podnikateľská analýza a kontroling. 2. vyd. Nitra: SPU, 2004. 158 s. ISBN 80-8069-449-4
12. GURČÍK, Ľ. – MIKLOVIČOVÁ, J. 2009. Príklady na cvičenia z finančno – ekonomickej analýzy. Nitra: SPU, 2009. ISBN 978-80-552-0296-9
13. HAMBALKOVÁ, M. 2002. Komerčná činnosť. 1. vyd. Nitra: SPU, 2002. ISBN 80-8069-039-1
14. HORSKÁ, E. – UBREŽIOVÁ, I. 2001. Manažment a marketing v medzinárodnom prostredí. Nitra: SPU, 2001. 418 s. ISBN 80-7137-884-4
15. KAJANOVÁ, J. 2005. Náklady a cena. PhDr. Milan Štefanko: IRIS, 2005. 152 s. ISBN 80-8901-892-0
16. KOTLER, P. – AMSTRONG, G. 2004. Marketing. Praha: Grada Publishing, 2004. 592 s. ISBN 80-247-0513-3

17. KRETTTER, A. a kolektív 2008. Marketing. Nitra: SPU, 2008. 288 s. ISBN 978-80-552-0134-4
18. KRYKAVSKY, E. – CHUHRAY, N. 2000. Euromarketing, eurologistics, competitiveness In: Marketing and globalization. Krakow, Banská Bystrica: R.G.T. Press, 2000. 135 s. ISBN 83-911355-6-X
19. MALEGA, P. – VIDOVÁ, J. 2007. Economic efficiency and manufacturing effectiveness are the necessary assumption of company's survival. In Transfer inovácií,[online] 2007. s 210-213. [cit. 2011-02-13]. ISBN 80-7093-6. Dostupné na: <http://www.sjf.tuke.sk/transferinovacii/pages/archiv/transfer/10-2007/pdf/210-213.pdf>. ISBN 80-7093-6
20. MIŽIČKOVÁ, Ľ. 2004. Základy manažmentu. Nitra: SPU, 2004. 96 s. ISBN 80-8069-375-7
21. OLÁH, M. – BORŽÍK, O. 2000. Ceny – teória a prax. Bratislava: Royal Service, 2000. s. 21, 67. ISBN 80-968379-0-7
22. PATAKY, J. – HACHEROVÁ, Ž. – KOČNER, M. 2008. Základy účtovníctva. Nitra: SPU, 2008. 157 s. ISBN 978-80-552-0009-5
23. POLÁK, M. 2006. Marketing manažment – prípadové štúdie. Bratislava: Ekonóm, 2006. 152 s. ISBN 80-89085-89-7
24. RAJČÁNIOVÁ, M. 2007. Návod na cvičenia z podnikového hospodárstva. Nitra: SPU, 2007. ISBN 978-80-8069-852-2
25. RAJŇÁK, M. a kolektív 2007. Cenové rozhodovanie. Bratislava: Sprint, 2007. 236 s. ISBN 80-89085-89-7
26. SAMUELSON PAU, A. – NORDHAUS WILLIAM, D. 2000. Ekonómia. Bratislava: Elita, 2000. ISBN 80-8044-059-X
27. ŠIMO, D. 2008. Agrárny marketing I. Bratislava: Ekonóm, 2008. 106 s. ISBN 978-80-225-2528-2
28. VLACHYNSKÝ a kolektív 2006. Podnikové financie. Bratislava: Edícia Ekonómia, 2006. 484 s. ISBN 80-8078-029-3
29. ZALAI, K. a kolektív 2002. Finančno – ekonomická analýza. Bratislava: Sprint vfra, 2002. 305 s. ISBN 80-88848-14-6
30. ZÁKON O CENÁCH č. 68/2005 Zb. z. ktorým sa mení a dopĺňa zákon Národnej rady Slovenskej republiky č. 18/1996 Zb. z. o cenách v znení neskorších predpisov a o zmene a doplnení niektorých zákonov

31. ZOBORSKÝ, I. 2006. Ekonomika poľnohospodárstva. 1. upravené vyd. Nitra: SPU, 2006. 319 s. ISBN 80-8069-758-2
32. ZELENÁ SPRÁVA 2009. [online] 2009. [cit. 2011-03-21]. Dostupné na:
< <http://www.mpsr.sk/sk/?start&navID=2&navID2=2&sID=17&id=4162>>

7. Prílohy

Tabuľka 32 Vnútropodniková kalkulácia cien (v eur/t)

Názov	Pšenica ozimná eur/t
Spotreba nakúpených osív a sadív	10,9
Spotreba nakúpených hnojív	18,8
Spotreba chem ochranných prostr.	18,6
Spotreba ostatného materiálu	0,4
Služby - poľnohospodárske práce	5,0
Nájomné za pôdu	7,4
Ostatné služby	5,8
Daň z nehnuteľnosti - pôda	7,9
Spotreba vlastných osív a sadív	2,4
Vnútroorganizačné náklady	13,8
Skladová prirážka	0,4
Podniková réžia	2,2
Výrobná réžia	1,4

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A

Tabuľka 33 Vnútropodniková kalkulácia cien (v eur/t)

Názov	Jačmeň jarný eur/t
Spotreba nakúpených osív a sadív	7,8
Spotreba nakúpených hnojív	21,3
Spotreba chem. ochranných prostr.	15,3
Spotreba ostatného materiálu	1,1
Služby - poľnohospodárske práce	11,1
Nájomné za pôdu	11,6
Daň z nehnuteľnosti - pôda	7,8
Vnútroorganizačné náklady	14,3
Skladová prirážka	0,5
Podniková réžia	2,5
Výrobná réžia	1,1

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A

Tabuľka 34 Vnútropodniková kalkulácia cien (v eur/t)

Názov	Kukurica na zrno eur/t
Spotreba nakúpených osív a sadív	23,3
Spotreba nakúpených hnojív	12,0
Spotreba chem ochranných prostr.	19,3
Služby - poľnohospodárske práce	1,5
Nájomné za pôdu	5,6
Daň z nehnuteľnosti - pôda	4,3
Spotreba vlastných výrobkov	9,2
Vnútroorganizačné náklady	11,6
Skladová prirážka	0,5
Podniková réžia	3,7
Výrobná réžia	1,2

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A

Tabuľka 35 Vnútropodniková kalkulácia cien (v eur/t)

Názov	Repka olejná eur/t
Spotreba nakúpených osív a sadív	16,0
Spotreba nakúpených hnojív	56,8
Spotreba chem. ochranných prostr.	88,9
Služby - agrochemické	0,3
Služby - poľnohospodárske práce	9,9
Nájomné za pôdu	15,2
Daň z nehnuteľnosti - pôda	10,2
Spotreba vlastných výrobkov	16,0
Vnútroorganizačné náklady	31,5
Skladová prirážka	1,3
Podniková réžia	3,8
Výrobná réžia	1,1

Zdroj: Vnútropodniková evidencia spoločnosti A