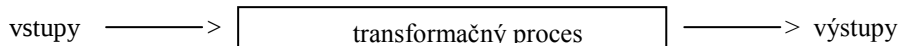


PODNIKOVÝ TRANSFORMAČNÝ PROCES

Podnikový transformačný proces - množina podnikových činností, ktorých cieľom je zmena podnikových vstupov na výstupy.



Cieľom transformačného procesu je maximalizácia zisku a jeho znakom je hospodárnosť.

1. ZÁSODOVANIE

Základným cieľom zásobovania je zabezpečenie materiálových potrieb podniku pri optimálnej výške nákladov. Pri zásobovaní treba venovať veľkú pozornosť výberu dodávateľov, ako aj samotným obchodným rokovaniam s nimi.

Výber dodávateľa: spoľahlivosť, poskytované služby, lokalizácia, cena

Just in time (japonský systém dodávania)

- Prísna kontrola kvality
- Pravidelné a spoľahlivé dodávky
- Blízkosť výroby
- Spoľahlivá komunikácia
- Spoločná spolupráca s využitím hodnotovej analýzy
- Úzke vzťahy medzi odberateľom a dodávateľom

„V pravý čas, na správnom mieste, v správnej cene, správnej kvality a v správnom množstve.“

2. VÝROBA

Na úrovni podniku rozumieme pod **výrobou** časť transformačného procesu, počas ktorej sa uskutočňuje premena vstupov (výrobných faktorov) na výstupy (výrobky alebo služby).

Výrobnou kapacitou podniku sa označuje maximálne možný objem výroby požadovaného sortimentu a kvality, pri danej výrobnej štruktúre za jednotku času a pri uplatnení overených výrobných skúseností a efektívnej organizácii výrobného programu.

Výrobný proces môžeme charakterizovať ako tvorivý proces, ktorého funkciou je tvora úžitkových hodnôt a predstavuje hlavnú činnosť podniku. VP sa opakuje v určitých cykloch a hovoríme o sériovosti výroby

Typy výroby:

- **Hromadná výroba** – prevláda výroba jedného alebo malého počtu výrobkov vyrábaných vo veľkom množstve
- **Sériová výroba** – zhotovovanie viacerých výrobkov za sebou v obmedzenom počte (sérií) na rovnakých alebo rôznych výrobných zariadeniach
- **Kusová výroba** – základným znakom kusovej výroby je neopakovateľnosť jednotlivých výrobkov a prác, prípadne opakovateľnosť po určitom dlhšom časovom intervale.

3. INOVÁCIE

Výrobné inovácie – sú zamerané na zdokonalenie parametrov a vlastností už vyrábaných výrobkov, alebo na vytvorenie úplne nových výrobkov, vychádzajúcich z nových konštrukcií a princípov a uspokojujúcich úplne nové potreby.

Technologické inovácie – sú najčastejšie zamerané na zníženie materiálových a mzdových nákladov, zlepšenie pracovných podmienok, zníženie energetickej spotreby a zlepšenie životného prostredia.

Mechanizácia predstavuje proces nahrádzovania ručnej práce prácou strojov

Automatizácia vychádza z komplexnej mechanizácie. Nahrádza rad kontrolných, ovládacích a riadiacich funkcií človeka.

Podnik, ktorý chce upevňovať svoje postavenie na trhu, musí neustále inovovať svoje výrobky a modernizovať svoju technickú základňu.

4. PREDAJ (ODBYT)

Predaj je završenie podnikového transformačného procesu. Stratéga predaja musí vychádzať z dôkladného prieskumu trhu, z poznatkov o užitočnosti výrobku pri uspokojovaní potrieb. Stratégia predaja je konkrétna kombinácia nástrojov predaja, medzi ktoré predovšetkým patrí kontrakčná, výrobná, komunikačná a distribučná politika podniku.

Podstatou výrobnej politiky podniku je prispôbenie ponuky tovarov meniacim sa potrebám trhu.

Vo svojej komunikačnej politike podnik realizuje najmä reklamu a uplatňuje rôzne iné formy podpory predaja a styku s verejnosťou.

V rámci distribučnej politiky ide o riešenie otázky metód predaja – spôsobu, ako dostať výrobok k spotrebiteľovi.

