

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

**BAKALÁRSKA PRÁCA**

**2008**

**LUCIA FARKAŠOVÁ**

**SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA  
V NITRE**

Rektor: prof. Ing. Mikuláš Látečka, PhD.

FAKULTA EKONOMIKY A MANAŽMENTU

Dr. h. c. prof. Ing. Peter Bielik, PhD.

**Analýza výsledkov podnikateľského subjektu s potravinárskou výrobou  
Bakalárska práca**

Katedra ekonomiky

Vedúci katedry: prof. Ing. František Kuzma, PhD.

Vedúci práce: prof. Ing. Ivan Mojmír Zoborský, CSc.

**Lucia Farkašová**

NITRA 2008

## Summary

This bachelor work „ Analysis results enterprising subject with foodstuff making“is divided into two chapters. In the first chapter are information about production, produce, milk industry, complex analysis of business, quality, rentability, price, distribution and marketing.

The second chapter incorporates the character of business as a basic information about business, targets, making plan and belongings. The attention was dedicated to financial analysis, analysis of entrepreneurial and marketing plan too. In this work is SWOT analysis too. It are strong and weak aspects and opportunities and exist risks of business. I think strong aspects high quality products, big assortment, competent personnel but weak aspects are increase expenses on the import milk, high wear out machines. Marketing is very good because distribution milk and milk products is between company and customers in the Slovakia and Czech republic. Products are offer differently: through catalogue, face to face, through phone

The company is situated in Banskobystrický region and belongs to one of the biggest makers of milk and dairy products in Slovakia. The geographical situation on the south of Slovakia is very good. This company is very interesting and they have got very quality products as is milk.

This company have got competition. But it is not problem for this company because her product are qualities. The big competition on retail market of foodstuff makes pressure on business to get low sale prices and in final result reduce the price of raw milk.

In the final part are incorporated results in relation to appointed target and a part of conclusion make proposals and recommendations for society.

### **Key words** – klíčové slová

Analysis – analýza, company – spoločnosť, competitive advantages – konkurenčné výhody, customers – odberatelia, product – výrobok, rentability - rentabilita ,result- výsledok, retail – obchod v malom, sale price- odbytová cena ,through catalogue – prostredníctvom katalógu

## ČESTNÉ VYHLÁSENIE

Čestne vyhlasujem, že som bakalársku prácu vypracovala samostatne, a že som uviedla všetku použitú literatúru súvisiacu so zameraním bakalárskej práce.

Nitra .....

.....

podpis autora BP

Touto cestou vyslovujem poďakovanie pánovi prof. Ing. Ivanovi Mojmírovi  
Zoborskému, CSc. za pomoc, odborné vedenie, cenné rady a pripomienky pri vypracovaní  
mojej bakalárskej práce.

Nitra .....

.....

podpis autora BP

## **Použité pojmy a skratky**

CK – celkový kapitál

ČHV – čistý hospodársky výsledok

DHM – dlhodobý hmotný majetok

DNM – dlhodobý nehmotný majetok

EÚ – Európska únia

g – gram

HD – hovädzí dobytok

HHV – hrubý hospodársky výsledok

hmot. – hmotnosť

kg – kilogram

ks – kus

mil. – milión

mld. – miliarda

MP SR – Ministerstvo pôdohospodárstva Slovenskej republiky

MP a Vž SR – Ministerstvo poľnohospodárstva a výživy Slovenskej republiky

N°- number, číslo

napr. - napríklad

NH – národné hospodárstvo

PH – pridaná hodnota

PHM – pohonné hmoty

PK – cudzí kapitál

SPPK – Slovenská poľnohospodárska a potravinárska komora

SR – Slovenská republika

s.r.o. – spoločnosť s ručením obmedzeným

š.p. – štátny podnik

T – Tržby

Un – nákladový úrok

V – výnos

VK – vlastný kapitál

ZI – základné imanie

## Obsah

### Úvod

1	Prehľad o súčasnom stave riešenej problematiky.....	9
1.1	Potravinársky priemysel.....	9
1.2	Mliekarenský priemysel.....	9
1.3	Mlieko.....	10
1.4	Ekonomika, efektívnosť, nálady a výkonnosť.....	13
1.5	Analýzy podniku, jej ukazovatele.....	14
2	Cieľ práce.....	17
3	Metodika práce.....	18
4	Výsledky práce.....	23
4.1	Charakteristika podnikateľského subjektu.....	23
4.1.1	Základné informácie o podniku.....	24
4.1.2	Predmet podnikania a ciele.....	24
4.1.3	Majetok podniku.....	25
4.2	Výrobný program.....	26
4.2.1	Úroveň kvality výroby.....	26
4.2.2	Výrobná kapacita a jej využitie, výrobné metódy.....	27
4.3	Finančná analýzy.....	29
4.3.1	Analýza likvidity.....	30
4.3.2	Analýza aktivity.....	30
4.3.3	Analýza zadlženosti.....	31
4.3.4	Analýza rentability.....	32
4.4	Analýza marketingovej činnosti podniku a jeho postavenie na trhu.....	32
4.4.1	Analýza zákazníkov.....	32
4.4.2	Analýza trhu a konkurencie.....	33
4.4.3	Marketing, obchod a predaj .....	34
4.5	Analýza slabých a silných stránok, príležitostí a existujúcich rizík podniku....	34
5	Záver.....	37
6	Použitá literatúra.....	40

## ÚVOD

Mliekarenský priemysel všade vo vyspelých krajinách patrí medzi popredné odvetvie národného hospodárstva, lebo má hlbší celospoločenský význam. Každá vyspelá krajina sa snaží o sebestačnosť vo výrobe základných potravín medzi ktoré patrí aj mlieko a mliečne výrobky. Samotná výroba mlieka a jeho spotreba je dôležitá nielen ako bežná potravinu, ale má veľký význam aj z pohľadu zamestnanosti ľudí na vidieku, existencie chovu dobytka, z pohľadu ekonomiky výroby, sociálneho a ekologického programu spracovania produktov celého poľnohospodárstva.

Najdôležitejší prínos vo výrobe a spotrebe mlieka a mliečnych výrobkov, ktorý práve v súčasnosti sa dostáva do popredia pracovníkov vo výžive i ďalších odborných lekárov je prínos pre zdravie človeka. V súčasnosti práve prostredníctvom mlieka a vybraných mliečnych výrobkov si môže každý človek od útleho veku až po starobu liečiť svoje osobitné zdravotné problémy. Samotné mlieko a najmä jeho fementované výrobky sú nenahraditeľným zdrojom všetkých pre život potrebných látok a tieto treba aplikovať aj do svojho jedálneho lístka.

V súčasnom období aj v oblasti mliekarenského priemyslu sa výrazne prejavuje koncentrácia, internacionalizácia a globalizácia prostredníctvom zoskupovania silných podnikateľských subjektov, ktoré prenikajú a pôsobia v medzinárodnom prostredí, čím sa stávajú konkurenciou pre domácich podnikateľov.

Napriek rôznym reklamám o význame mlieka a mliečnych výrobkov máme na Slovensku stále ešte veľký deficit a stále viac a viac sa musíme učiť lepšie využívať a konzumovať mliečne výrobky. Zaujímavé je, že ročná spotreba mlieka upadla na 152 kilogramov na obyvateľa a zaostáva o 70 kilogramov za odporúčanou dávkou. Na poplach však nebijú len lekári, ale aj farmári. Za prudkým poklesom spotreby mlieka, ktorý vzápätí vyvolal krach stoviek fariem, je zdraženie mlieka. "Ak Slováci obmedzili spotrebu mlieka, tak najmä preto, lebo sa stalo drahé," tvrdí odborníčka na výživu z Lekárskej fakulty Univerzity Komenského Katarína Babinská. Mlieko, jogurty a syry opustili najmä mladší spotrebitelia preto, že prehrali marketingový zápas na pulloch obchodov s rôznymi sladenými nápojmi, ktoré zdraviu neprospievajú, upozorňuje Babinská.

Slovenské poľnohospodárstvo a potravinárstvo musí úspešne čeliť veľkej konkurencii na otvorenom trhu s výrobkami producentov z celej EÚ. Veľká konkurencia na maloobchodnom trhu potravín vytvára v mliekarenskom priemysle tlak na znižovanie



odbytových cien, a tým aj na oslabenie nákupnej ceny surového kravského mlieka. Vývoj ceny v roku 2008 bude závisieť aj od efektivity výroby mlieka, od jeho kvality a od situácie na trhu s mliekom a mliečnymi výrobkami v okolitých štátoch.

Mliekarenský priemysel patrí k najstabilnejším výrobným odvetviam v poľnohospodársko- potravinárskom komplexe. Jeho vonkajšie prostredie resp. makroprostredie pôsobí rovnako na všetky podniky mliekarenskeho priemyslu aj napriek tomu, že jeho dôsledky sa prejavujú v jednotlivých podnikoch rozdielne. Hlavnou úlohou skúmania a analýz je odhaliť príležitosti a hrozby, ktoré z neho vyplývajú.

Cieľom bakalárskej práce je analýza výsledkov výrobného odboru vo vybranom subjekte. Vybraným podnikateľským subjektom je Tatranská mliekareň a.s. Kežmarok. Nakoľko sledovaná spoločnosť kúpila nitriansku mliekareň Friesland, nebolo možné sledovať posledné dva roky, pretože neboli spracované hospodárske výsledky a spoločnosť ich neskôr zverejniť nechcela. Zo spomínaného dôvodu sú v tejto práci spracované a analyzované výsledky za obdobie 2003 – 2005.

## **1 Prehľad o súčasnom stave riešenej problematiky**

Pri hľadaní ciest zefektívnenia potravinárskeho priemyslu je treba venovať pozornosť všetkým faktorom, ktoré ju ovplyvňujú. Výrobná činnosť v rozhodujúcej miere ovplyvňuje efektívnosť podniku a konkurenčnú schopnosť jeho výrobkou. Vo výrobe a pri jej príprave sa rozhoduje o znižovaní výrobných nákladov, o zvyšovaní kvality výrobkov a o rozsahu výroby vrátane nových výrobkov, ktoré sú považované za hlavné konkurenčné výhody podniku.

Potravinárskym priemyslom ako aj výrobou, ekonomikou, efektívnosťou, nákladmi a výkonnosťou v tomto odvetví sa zaoberali a zaoberajú mnohí autori. Ich názori sú uvedené v nasledovnom prehľade.

### **1.1 Potravinársky priemysel**

**Zoborský, I. M. (15)** uvádza, že potravinársky priemysel na Slovensku plní v rámci agrokomplexu významné funkcie. Zabezpečuje prevzatie, skladovanie a spracovanie poľnohospodárskych produktov, vyrába potravinárske výrobky a zúčastňuje sa na zásobovaní obyvateľstva potravinami. Vyrába okolo 7-8 tisíc druhov výrobkov určených pre potreby trhu, vrátane hmotnostného a akostného sortimentu, a je to potom okolo 10 tisíc druhov výrobkov. Obyvatelia Slovenska vynaložia na nákup potravín ročne okolo 120-150 mld. Sk pričom za dovezené potraviny zaplatia 30-40 mld. Sk. Uvedené hodnoty pravdepodobne narastú v najbližších rokoch, medziročne o 1-3%.

### **1.2 Mliekarenský priemysel**

**Zoborský, I. M. (15)** uvádza, že tento výrobný odbor patrí k jedným z najstabilizovanejších aj preto, že je najviac kapitálovo prepojený s poľnohospodárskou výrobou. V súčasnosti pôsobí na Slovenskom trhu 19 väčších priemyselných a 33 malých mliekární. Kapacitne je mliekarenský priemysel vybavený dostatočne, najvyššie využitie sa dosahuje pri výrobe konzumného mlieka, syrov a kyslo- mliečnych výrobkov.

**www.agris.cz (17)** svetový trh s mliekom je a bude silne ovplyvňovaný rastom spotreby v Číne a Indii. V roku 2006 narástla svetová produkcia mlieka o 12 mil. t na 644 mil. Podiel Číny a Indie na raste svetovej produkcie mlieka činil polovicu uvedeného množstva,

v Argentíne to bolo cez 1 mil. Podiel priemyselne spracovaného mlieka v EÚ činí 88% pričom tu stúpa produkcia fermentovaných mliečnych výrobkov, maslo stagnuje a odtučnené mlieko klesá.

**Herian, K.(6)** píše, že ak chce byť mliekarenský priemysel na Slovensku sebestačný a chce pokryť potreby v zmysle požiadaviek Európskej únie, musí naďalej systematicky pracovať na ďalšom zdokonaľovaní sa tak , aby sme boli dobrým, spoľahlivým a tiež konkurencieschopným partnerom krajinám Európskej únie.

**www.mlieko.sk (21)** mliekarenský priemysel patrí medzi popredné odvetvia národného hospodárstva. Každá vyspelá krajina sveta sa snaží o sebestačnosť vo výrobe základných potravín a jednou z tých najdôležitejších je mlieko a mliečne výrobky. Samotná výroba mlieka a jeho spotreba je dôležitá totiž nielen ako bežná potravinu, ale má veľký celospoločenský význam i z pohľadu existencie chovu dobytka v prvovýrobe, z pohľadu ekonomiky a aj z pohľadu zamestnanosti ľudí na vidieku sociálneho a ekologického programu spracovania produktov celého poľnohospodárstva.

**Iveta Ubrežiová, na www.agroporadenstvo.sk ( 22)** tvrdí, že v podmienkach rastúcej globalizácii svetovej ekonomiky a zosilňujúceho sa zápasu o trhy je národným a štátnym záujmom Slovenska udržanie produkčne výkonného potravinárskeho komplexu. Zabezpečenie jeho ekonomickej stability a celkovej konsolidácie je dlhodobým procesom, na ktorý má vplyv množstvo faktorov vonkajšieho a vnútorného prostredia..

### **1.3. Mlieko**

**Herian, K. (6)** píše, že samotné mlieko označujeme za ochranný výživný prostriedok s najširším účinným spektrom a tiež ako symbol biologickej ekonomie pre všetky vekové kategórie. Už v prvej fáze nášho života sme odkázaní na mliečnu výživu a z toho, ako v tomto období organizmus rastie, vidíme, že mlieko obsahuje všetky výživné a ochranné látky v dostatočnom množstve. Jeden liter kravského mlieka síce obsahuje cca 32 g bielkovín, 38 g tuku, 48 g uhlíhydrátov a cca 1 g minerálií, ale toto je však veľmi hrubé chemické zloženie, lebo samotné mlieko obsahuje najhodnotnejšie živočíšne bielkoviny, esenciálne aminokyseliny, ľahko stráviteľný tuk a celý rad dôležitých minerálií- najmä vápnik a fosfor.

**Šimo, D. (13)** Surové kravské mlieko možno zaradiť medzi najvýznamnejšiu komoditu agrárneho trhu. Mlieko a mliečne výrobky majú nezastupiteľné miesto vo výžive ľudí. Spotreba mlieka a mliečnych výrobkov zabezpečuje takmer 60% prívodu energie, 16% prívodu bielkovín živočíšneho pôvodu. Produkcia mlieka je viazaná na hovädzí dobytok-dojnice. K základným problémom trhu s mliekom možno zaradiť:

- ✓ chov kráv možno pokladať za strategický, najmä vo väzbe na ostatné kategórie HD a jeho prepojenosť na ornú pôdu a trvalé trávne porasty
- ✓ od roku 1990 dochádza k výraznému poklesu stavov kráv, úžitkovosti, ako aj zníženiu reprodukčných ukazovateľov
- ✓ príčinnosť daného stavu je najmä v ekonomickom postavení chovu HD. Čím sa v uplynulých rokoch viac došlo, zvyšovala sa výroba jatočného hovädzieho mäsa, tým si podniky vytvárali väčšiu stratu na výsledku hospodárenia
- ✓ oneskorené úhrady výrobcov za dodávky mlieka, nepriaznivá úroková politika komerčných bánk pre výrobcov, nízka cena výrobcov mlieka
- ✓ produkciu mlieka a mliečnych výrobkov ovplyvňuje spotrebiteľská cena vo väzbe na kúpyschopnosť časti obyvateľstva, a tá v súčasnom období je ešte pomerne nízka

**[www.cassovia.sk/korzar/archiv](http://www.cassovia.sk/korzar/archiv) (18)** - cenový vývoj v januári odzrkadľuje zvýšenie nákupnej ceny mlieka a narastajúci dopyt po surovine. Zvýšená nákupná cena sa premietla do celej vertikály spracovania a odbytu mlieka a mliečnych výrobkov. Nárast sa výrazne prejavil na všetkých odbytových cestách mlieka, najvýraznejšie na cene plnotučného mlieka v PE vreckách (6,7 percenta). Stúpili aj ceny jogurtov, smotany, 45-percentného eidamu, moravského bochníka a bryndze. Odbytové ceny masla sa však, naopak, znížili. Cenový vývoj mliečnych výrobkov bude v najbližšom období okrem nákupnej ceny mlieka, pravdepodobne, silne ovplyvňovať aj úroveň dopytu po jednotlivých skupinách výrobkov.

**[www.i-news.sk/search/?sub=spotreba%20mlieka](http://www.i-news.sk/search/?sub=spotreba%20mlieka) - (20)** za zdraženie mlieka na Slovensku podľa poľnohospodárskej komory producenti mlieka. Nákupné ceny mlieka v SR patria medzi najnižšie v EÚ a farmári rokujú, aby dostali viac. Zvýšenie spotrebiteľských cien mlieka a mliečnych výrobkov na Slovensku v niektorých predajných

sieťach nespôsobil podľa Slovenskej poľnohospodárskej a potravinárskej komory nárast nákupných cien surového kravského mlieka, ale vývoj ponuky a dopytu na svetových trhoch a pravdepodobne aj reakcia obchodu na cenový vývoj tohto segmentu v zahraničí.

Nákupné ceny surového kravského mlieka v SR patria podľa predsedu komory Ivana Oravca dlhodobo medzi najnižšie v celej EÚ. Dodal, že podľa údajov spoločnosti Radel a od mája 2006 do konca roku 2007 v priemere klesli z 9,46 na 9,26 Sk za liter, teda o 2,1 percenta.

"Naša krajina je limitovaná ročným objemom produkcie približne 1,04 milióna ton, z čoho 1,03 milióna ton pripadá na dodávkovú kvótu a 0,01 mil. ton na priamy predaj," konštatoval ďalej predseda SPPK. Za prvé štyri mesiace aktuálneho kvótového roka, ktorý sa začal 1. apríla 2007 a skončí sa 31. marca 2008, dodali podľa informácií SPPK držitelia kvót schváleným nákupom celkom 335,606 tis. ton surového kravského mlieka, teda 32,58 % z ročného dodávkového limitu. Pri tomto vývoji plnenia kvóty nehrozí podľa Oravca jej celoročné prekročenie a následné sankcionovanie SR.

**Šimo, D. (13)** nákup surového kravského mlieka v SR z celkovej produkcie v roku 2004 bol 89,6%. Ostatné bolo vykázané ako vlastná spotreba v podnikoch a drobný predaj. Z nakúpeného surového kravského mlieka sa 31% spracovalo na konzumné mlieko a zostatok na mliečne produkty. Surové kravské mlieko sa od výrobcov nakupuje podľa kvalitatívnych tried. Ceny surového kravského mlieka boli od roku 2002 vykupované podľa kvalitatívnych tried kvality Q a I. Trieda a nadštandard. Spotrebiteľské ceny sú závislé od viacerých faktorov: obsahu tuku, trvanlivosti, obalu a miesta trhu. Ak sa porovnajú ceny výrobcu a spotrebiteľské ceny, tak vyššie tempo rastu cesty je pri spotrebiteľských cenách.

#### **1.4. Ekonomika, efektívnosť, náklady, výkonnosť**

**Zoborský, I. M. (15)** hovorí, že zvyšovanie efektívnosti výroby je v súčasných podmienkach bezprostredne spojené s nákladmi. Náklady sú veľmi významnou kategóriou v ekonomike poľnohospodárstva. Sú ovplyvňované viacerými špecifickými činiteľmi (živé organizmy a prírodné vplyvy), ktoré sa prejavujú vo výške nákladov vplyvom počasia v jednotlivých rokoch. Zberom, spracovaním a vyhodnocovaním informácií o vlastných

nákladoch v poľnohospodárstve sa u nás dlhodobo zaoberá Výskumný ústav ekonomiky poľnohospodárstva a potravinárstva v Bratislave.

**Zalai, K. (14)** uvádza, že v transformačnom procese sa menia vstupy na výstupy a v ich vzájomnom vzťahu sa odráža efektívnosť reprodukčného procesu podniku. Priemerná úroveň efektívnosti je podmienkou úspešného rozvoja podniku a preto je dôležitá jej analýza. Pri tvorbe ukazovateľov efektívnosti sa porovnávajú podnikové vstupy a výstupy pomerom, čo umožňuje eliminovať vplyv niektorých skresľujúcich skutočností, ktoré významne ovplyvňujú masu hospodárskeho výsledku.

**Mižičková, E., Šimo, D., Ubrežiová, I. (10)** sa vyjadrili, že efektívne podnikanie je podmienené viacerými faktormi, z ktorých autori uvádzajú:

- ✓ dôsledné poznanie požiadaviek súčasného a budúceho dopytu na trhu
- ✓ informácie o konkurencii, cenovej hladine distribučných systémov
- ✓ kvalifikované ľudské zdroje, systém motivácie, riadenia kvality produkcie a služieb, interpersonálne vzťahy a komunikácia
- ✓ kvalifikačné predpoklady manažmentu v danom odbore, právne poznatky, technicko- technologické zručnosti, psychologické, sociologické, pedagogické a ďalšie predpoklady
- ✓ inovácie, modifikácie produktov a služieb, byť v konkurencii pružnejší, vedieť získať cudzie zdroje na rozvoj podnikania

Faktorom je, podľa **Poničiakovej, O. (12)**, že štandardné meradlá výkonnosti sa už nedajú používať v súvislosti s novými podnikateľskými modernými prístupmi, pretože za nimi zaostávajú. Podniky sa teda orientujú na nové výkonnostné parametre. Dôvodov je však viac. Nejde o to, že tie doterajšie už neposkytujú dostatočný obraz o podniku ale o to, že:

- ✓ variantnosť výkonových ukazovateľov sťažuje ich hodnotenie externými audítormi
- ✓ prostredníctvom finančných ukazovateľov sa dá síce posúdiť doterajší vývoj podniku, dokonca porovnať výsledky s iným podnikom na trhu a stanoviť tak úroveň konkurencieschopnosti, ale prostredníctvom legálnych účtovných postupov sa dá tiež ovplyvňovať výška vykázaného zisku
- ✓ žiaduce sú informácie o tom, čo sa deje, nie čo sa dialo, zatiaľ čo finančná analýza je orientovaná ex-post.

Odstránenie uvedených nedostatkov smeruje k tvorbe takých analytických postupov, ktoré redukujú význam tradičného cieľa podniku- tvorbu zisku a do popredia stavia ciele, ktoré dávajú do pomeru dosiahnutý zisk a náklady vynaložené na jeho dosiahnutie.

**Zoborský, I. M. (15)** konštatuje, že ceny sú základným nástrojom uhrádzajúcim ekonomicky oprávnené náklady výrobcovi. Cena je peňažná suma dohodnutá pri nákupe a predaji tovaru. Súčasťou ceny tovaru vymedzeného dohodnutými podmienkami môžu byť úplné alebo z časti náklady na obstaranie, obeh tovaru a zisk. Súčasťou ceny je aj DPH, príslušná spotrebná daň a pri dovážanom tovare aj clo a iné poplatky. Za základ stanovenia cien sa považujú náklady, ceny konkurentov a jedinečnosť produkcie.

### **1.5. Analýza podniku, jej ukazovatele**

**Gurčík, L. (4)** uvádza, že význam pojmu „ analýza“ znamená rozloženie nejakého celku na jeho časti, na zložky, na prvky, z ktorých sa skladá. Pojem analýza je teda opakom pojmu syntéza, čím sa rozumie zoskupovanie častí do celku, ktorého sú zložkami.

U **Dľuhušovej, D. (3)** sa stretávame s chápaním finančnej analýzy ako nástroja, z ktorého pomocou je možné odhaliť rôzne príčiny problémov ako sú platobná neschopnosť podnikateľských subjektov, ich výrobná, odbytová a s tým súvisiaca aj finančná kríza, nie však ako nástroj k odstráneniu týchto problémov. Finančnú analýzu hodnotí ako nástroj diagnostiky „ finančnej kondície“ podniku.

**Gurčík, L. (4)** uvádza, že podnikateľskej analýze sa podrobujú mnoho statických a dynamických javov od celkom jednoduchých až po veľmi zložité. Analyzujú sa východiskové podmienky podnikateľskej činnosti, jej priebeh i jej výsledky. Skúmajú sa faktory, príčiny a okolnosti, ktoré túto činnosť ovplyvňujú. Hľadajú sa odchýlky skutočného priebehu činností od plánovaného vývoja a tieto odchýlky sa vysvetľujú príčinami, ktoré ich spôsobili, so zámerom želané odchýlky v budúcnosti rozšíriť a neželané odchýlky zamedziť alebo aspoň obmedziť.

**Königová, M. ( 9)** finančná analýza vychádza z bežných výsledkov podnikania a z nich vypočítava ukazovatele, ktoré podávajú obraz o ekonomickom stave podniku. Základné informácie poskytujú účtovné výkazy – súvaha, výkaz ziskov a strát. Finančné ukazovatele sú základným metodickým nástrojom finančnej analýzy. Pomerová analýza pracuje s pomerovými ukazovateľmi, ktoré predstavujú podiel dvoch absolútnych ukazovateľov.

**Grünwald, R., Holečková, J. (5)** údaje pre finančnú analýzu sa dajú čerpať s rôznych informačných zdrojov, ktoré sa dajú deliť na tri hlavné skupiny:

1. Zdroje finančných informácií- čerpajú najmä z účtovných výkazov finančného a vnútro podnikového účtovníctva, informácie finančných analytikov a manažérov podniku, výročné správy.
2. Kvantifikované nefinančné informácie – ide predovšetkým o oficiálnu ekonomickú a podnikovú štatistiku, podnikové plány, cenové a nákladové kalkulácie.
3. Nekvalifikované informácie – správy vedúcich pracovníkov, audítorov, komentáre manažérov, odborná tlač, nezávislé hodnotenia a prognózy.

**Kislíngrová, E. (8)** chápe finančnú analýzu ako súbor činností, ktorých cieľom je zistiť a vyhodnotiť komplexne finančnú situáciu v podniku. Finančnú analýzu spracováva ekonomický úsek v podniku. Záleží predovšetkým na veľkosti firmy, od jej štruktúry. Výsledky finančnej analýzy spolu s výročnou správou spravidla garantuje finančný riaditeľ. V menších spoločnostiach potom splýva práca na úseku finančného účtovníctva, nákladového účtovníctva, interného auditu, n niektorých spoločnostiach controllingu a financií.

**Gurčík, L.( 4)** uvádza, že finančná analýza je zameraná na poznanie činiteľov pôsobiacich na finančnú situáciu podniku. V tomto smere umožňuje odhaliť jeho silné a slabé stránky. Stáva sa tak veľmi užitočným a účinným diagnostickým prostriedkom umožňujúcim posudzovať zdravie podniku. Rozoznávame finančnú analýzu:

- ✓ „ ex post“, ktorá hodnotí súčasnú a predchádzajúcu finančnú situáciu. Podkladom pre ňu sú teda ukazovatele charakterizujúce už uskutočnené hospodársko-ekonomické javy. Odhaľuje príčiny dosiahnutých výsledkov a jej závery sú využívané v ďalšom finančno- ekonomickom riadení.
- ✓ „ex ante“, ktorá je nositeľom prognózovaných finančno – ekonomických výsledkov podniku v budúcnosti



## 2 Ciel' práce

V podmienkach rastúcej globalizácie svetovej ekonomiky a zosilňujúceho sa zápasu o trhy je národným a štátnym záujmom Slovenska udržanie produkčne výkonného poľnohospodársko-potravinárskeho komplexu. Zabezpečenie jeho ekonomickej stability a celkovej konsolidácie je dlhodobým procesom, na ktorý má vplyv množstvo faktorov vonkajšieho a vnútorného prostredia.

V súčasnom období aj v oblasti mliekarenského priemyslu sa výrazne prejavuje koncentrácia, internacionalizácia a globalizácia prostredníctvom zoskupovania silných podnikateľských subjektov, ktoré prenikajú a pôsobia v medzinárodnom prostredí, čím sa stávajú konkurenciou pre domácich podnikateľov.

Mliekarenský priemysel patrí k najstabilnejším výrobným odvetviám v poľnohospodársko-potravinárskom komplexe. Jeho vonkajšie prostredie, resp. makroprostredie pôsobí rovnako na všetky podniky mliekarenského priemyslu aj napriek tomu, že jeho dôsledky sa prejavujú v jednotlivých podnikoch rozdielne. Hlavnou úlohou skúmania a analýz externého prostredia je odhaliť strategické príležitosti a hrozby, ktoré z neho vyplývajú.

Podnik musí poznať najmä príležitosti a ohrozenia, ktorých využitím dosiahne na jednej strane výnosy a na druhej strane získa nové odbytové možnosti a cesty. Naopak definované ohrozenia je nevyhnutné eliminovať a v podnikovej činnosti prijať opatrenia na ich odstránenie. Čiže cieľom bakalárskej práce bolo vo vybranom podnikateľskom subjekte analyzovať ekonomiku výroby s potravinárskou výrobou za sledované obdobie 2004 – 2006, odhaliť silné a slabé stránky, navrhnúť opatrenia a riešenia, ktoré by zlepšili ekonomickú situáciu daného podnikateľského subjektu.

Pre realizáciu hore uvedeného cieľa je potrebné venovať pozornosť:

- ✓ Charakteristike podnikateľského subjektu
- ✓ Úrovni kvality výroby
- ✓ Hodnoteniu kvality sortimentu
- ✓ Výrobným metódam
- ✓ Finančnej analýze podniku
- ✓ Swot analýze podniku
- ✓ Hlavným produktom a ich cieľovým skupinám

### 3 Metodika práce

Objektom skúmania je podnikateľský subjekt s potravinárskou výrobou v Banskobystrickom kraji. Skúmanie spadá do obdobia rokov 2004 – 2006.

Východiskom pri vypracovaní práce bolo vyhľadanie a preštudovanie príslušnej odbornej literatúry, ktorá je uvedená v zozname použitej literatúry. Údaje k spracovaniu bakalárskej práce boli získané z literatúry, internetu a z písomných dokumentov skúmaného podnikateľského subjektu, ako sú analýzy, osobné rozhovory s pracovníkmi.

Pozornosť bola venovaná analýze výsledkov výrobného odboru, ktorá je ovplyvňovaná napr. výrobnou kapacitou, kvalitou sortimentu, organizáciou odbytu. Pre hodnotenie sme údaje získali zo súvahy, výkazu ziskov a strát, rozborov hospodárenia, ktoré sú zostavené pre interné potreby podniku. Pri spracovaní informácií bola vypracovaná SWOT analýza, ktorej výsledky sa stávajú východiskovým bodom pre plánovanie a rozhodovanie. Výsledkom je bakalárska práca, ktorá pozostáva z nasledujúcich častí:

- ✓ Teoretická časť- obsahuje prehľad literatúry zameraný na definície ako je výroba , mliekarenský priemysel, potravinársky priemysel, analýza podniku, konkurencia, marketing, ekonomika, efektívnosť, náklady, výkonnosť a mlieko.
- ✓ Vlastná práca- je tvorená analytickou časťou, v ktorej je pozornosť venovaná charakteristike podnikateľského subjektu (základné informácie o podniku, majetok podniku a predmet podnikania a ciele), finančnej analýze (ukazovatele likvidity, aktivity, zadĺženosti a rentability), výrobnému plánu (výrobná kapacita a jej využitie, výrobné metódy, úroveň kvality), podnikateľskej analýze (SWOT-analýza) a marketingovému plánu (hlavné produkty a ich cieľové skupiny a analýza územia.
- ✓ Záverečná časť- v nej sú zhrnuté dosiahnuté výsledky vo vzťahu k stanovenému cieľu a časť záveru tvoria návrhy a odporúčania pre spoločnosť.

Pri spracovaní boli použité.

- ✓ metódy analýzy,
- ✓ metódy komparácie a porovnávaní,
- ✓ matematicko – štatistické metódy.

## Likvidita

- a) **pohotová likvidity** vypovedá, aký podiel kratkodobych záväzkov (bežné bankové úvery, kratkodobe finančné výpomoci, všetky dlhy podniku splatné do jedného roka) môže podnik k určitému dňu ( v závislosti od toho, z ktorého dňa sú pre analýzu poskytované údaje) vyplatit v hotovosti. Za optimálny sa považuje pomer od 0,20 do 0,80

$$\text{Likvidity pohotová} = \frac{\text{finančný majetok}}{\text{kratkodobe záväzky}}$$

- b) **bežná likvidita** vypovedá o tom, ako je firma schopná zaplatit kratkodobe záväzky bez predaja zásob. Hodnota by sa mala pohybovat od 1,00 do 1,50. Ak je hodnota menšia kao 1,00 podnik musí ratat s tým, že na zaplatenie záväzkov bude musiet likvidovat zásoby. Ak je hodnota vyššia ako 1,00 tak podnik po úhrade kratkodobych záväzkov má ešte rezervu.

c) 
$$\text{Likvidita bežná} = \frac{\text{finančný majetok} + \text{kratkodobe pohladávky}}{\text{kratkodobe záväzky}}$$

- d) **celková likvidita** udáva podiel kratkodobych dlhov na financovaní obezneho majetku. Cym je celková likvidita väčšia, tým je väčší podiel financovania kratkodobeho majetku dlhodobými zdrojmi. Hodnota ukazovateľa by mala byt od 1,50 do 2,50. Optimálna je hodnota 2,00.

$$\text{Likvidita celková} = \frac{\text{obezny majetok} - \text{dlhodobé pohladávky}}{\text{kratkodobe cudzie zdroje}}$$

Ukazovatele prevádzkovej likvidity zahrnaju v menovateli zlomku len kratkodobe záväzky. Odporúčané hodnoty u týchto ukazovateľov byvaju o dve desatiny vyššie.

## Aktivita

Všetky ukazovatele doby obratu chakterizuju, za akú dobu sa výraz vitateli pomernehoisla obráti, kým ukazovateľ obrátkovosti nám povie koľkokrát sa za analyzované obdobie obráti.

a)

$$\text{doba obratu zásob} = \frac{\text{zásoby}}{\text{tržby}} \times 365 \quad \text{alebo} \quad \frac{\text{zásoby}}{\text{náklady}} \cdot 365$$

b)

$$\text{doba obratu pohľadávok} = \frac{\text{pohľadávky}}{\text{tržby}} \cdot 365$$

c)

$$\text{doba splatnosti záväzkov} = \frac{\text{záväzky}}{\text{tržby}} \cdot 365 \quad \text{alebo} \quad \frac{\text{záväzky}}{\text{náklady}} \cdot 365$$

d)

$$\text{doba obratu majetku} = \frac{\text{majetok celkom}}{\text{tržby}} \cdot 365$$

### Zadlženosť

Ukazovatele zadlženosti vyjadrujú, aký objem cudzieho kapitálu sa podieľa na krytí majetku podniku.

a)

$$\text{Celková zadlženosť podniku} = \frac{\text{cudzí kapitál}}{\text{vlastné imanie a záväzky podniku spolu}}$$

b)

$$\text{stupeň samofinancovania} = \frac{\text{vlastné imanie (kapitál)}}{\text{vlastné imanie a záväzky podniku spolu}}$$

c)

$$\text{stupeň finančnej samostatnosti} = \frac{\text{cudzí kapitál}}{\text{vlastné imanie}}$$

d)

$$\textit{finančná páka} = \frac{\textit{vlastné imanie} + \textit{záväzky}}{\textit{vlastný kapitál}}$$

e)

$$\textit{úverová záťaženosť} = \frac{\textit{bankové úroky} + \textit{finančné výpomoci}}{\textit{vlastné imanie} + \textit{záväzky}}$$

Keďže bankové úvery a finančné výpomoci sú súčasťou cudzieho kapitálu, táto hodnota by mala byť menšia ako 0,5.

f)

$$\textit{úrokové krytie} = \frac{\textit{HHV} + \textit{Un}}{\textit{Un}} \textit{ alebo } \frac{\textit{HHV} + \textit{Un} + \textit{ODP}}{\textit{Un}}$$

Ukazovateľ vyjadruje v akom rozsahu je úrok krytý hrubým(nezdaneným) ziskom pred zaplatením úrokov so zahrnutím odpisov, ktoré sú síce nákladom, ale nie sú výdavkom.

g) *platobná neschopnosť* vypovedá o vzťahu položiek aktív a pasív a precizuje platobnú neschopnosť podniku ako primárnu, ak je >1, ako sekundárnu, ak je <1.

$$\textit{platobná neschopnosť} = \frac{\textit{záväzky}}{\textit{pohľadávky}}$$

## Rentabilita

Je to pomer dosiahnutého efektu k prostriedkom vynaloženým na dosiahnutie tohto efektu. Je to finančná kategória, ktorá charakterizuje výnos z podnikania za určité obdobie ako pomer výsledku hospodárenia a kapitálu (najčastejšie).

a) *Rentabilita celkového kapitálu* vyjadruje s akou intenzitou sa reprodukuje kapitál vložený do podniku a je kritériom rozmiestnenia kapitálu. Výška rentability celkového kapitálu by mala byť vyššia ako úroková miera za požičaný kapitál.

$$\textit{rentabilita celkového kapitálu} = \frac{\textit{ČHV} + \textit{Un} \cdot (1 - \textit{Sd})}{\textit{CK}}$$

b) *Rentabilita vlastného kapitálu* sa tiež nazýva rentabilita vlastného imania (ROE-return on equity). Mala by zaujímať hlavne akcionárov (vlastníkov). Rast

ukazovateľa môže znamenať: pokles zúročenia cudzieho kapitálu, zlepšenie hospodárskeho výsledku, menší podiel vlastného kapitálu....

$$\text{Rentabilita vlastného kapitálu} = \frac{\mathring{C}HV}{VK}$$

- c) *Rebtabilita dlhodobého kapitálu* vyjadruje ziskovosť vlastného kapitálu po pripojení dlhodobých cudzích zdrojov.

$$\text{rentabilita dlhodobého kapitálu} = \frac{\mathring{C}HV}{\text{vlastné imanie} + \text{dlhodobé dlhy}}$$

- d) *Rentabilita cudzieho kapitálu* vyjadruje, koľko čistého zisku dostaneme z požičanej koruny.

$$\text{rentabilita cudzieho kapitálu} = \frac{\mathring{C}HV}{PK}$$

- e) *Rentabilita nákladov* poukazuje, aký pomer má zisk na vynaložených celkových nákladoch v podniku.

$$\text{rentabilita nákladov} = \frac{\mathring{C}HV}{N}$$

## **4 Vlastná práca**

### **4.1 Charakteristika podnikateľského subjektu**

Vznik podniku sa datuje od roku 1953, kedy na mieste bývalej octárne vznikol podnik Gemerské mliekárne. V roku 1954 tento podnik zanikol a bol včlenený do Banskobystrických mliekární so sídlom vo Zvolene, neskôr premenovaných na Stredoslovenské mliekárne. Pôvodná kapacita 80 tisíc litrov mlieka denne sa postupne rozšírila až na 240 tisíc litrov mlieka denne pri prvotnom tepelnom ošetrení. Závod mal tiež dve prevádzky, v Tornali (Šafárikove) a v Tisovci, ktoré boli odčlenené v rámci malej privatizácie.

Vznik samostatného podniku sa datuje k 1. 7. 1991 na základe rozhodnutia MPaVŽ SR o zrušení š. p. Poľnohospodársko-potravinársky kombinát Rimava k 30.6.1991, ktorého súčasťou bola i mliekareň. Mliekareň sa sprivatizovala vo februári 1995 súčasťou prvovýrobcov mliek a manažmentu podniku v pomere 50:50%.

Gemerská mliekareň, s.r.o., Rimavská Sobota je najvýznamnejším výrobcom v regióne. V okrese Rimavská Sobota je ďalšia mliekareň - bryndziareň v Tisovci. Smerovanie produkcie je na celé Slovensko v sortimente konzumné mlieko, kyslomliečnych výrobkov a masla. Svojou kvalitou a cenovou politikou sa podniku darí umiestňovať časť produkcie masla, polotučného mlieka a kyslomliečnych výrobkov i na trhoch v okolitých regiónoch. Jedná sa hlavne o regióny Brezna, Lučenca, Košíc atď. Sušené mlieko a zvyšok masla (v mrazenom i čerstvom stave) sú exportované. Spoločnosť sa orientuje na zásobovanie aj veľkoobchodných skladov. Vedenie tejto spoločnosti systematicky investuje do modernizácie technológií a výroby, kladie dôraz hlavne na zvyšovanie produktivity práce a flexibilitu výrobného programu. Mliekareň sa snaží zvyšovať kvalitu a úžitkovú hodnotu svojich výrobkov. Za toto snaženie získala mliekareň v roku 2002 certifikát systému manažérstva kvality, ktorý spĺňa požiadavky normy STN EN ISO 9001, certifikát ochrany značky kvality N°40/2002- zlatú medailu SLOVAK GOLD a osobitnú cenu Gold Dizajn za obal. Ich výrobný proces rešpektuje životné prostredie a jeho ochranu a to nainštalovaním tlmíča hluku na vyústenie horúceho vzduchu na sušiarňu a ďalšie menšie technické opatrenia, ktoré viedli k značnému zníženiu hladiny hluku. Mliekareň prispieva k rozvoju celého regiónu a vytvára nové pracovné príležitosti a sociálne istoty.

#### **4.1.1 Základné informácie o podniku**

Gemerská mliekareň nie je monopolným výrobcom na našom trhu. Dosiahla výkony v hodnote 703 mil. Sk. Podiel spoločnosti na trhu s mliekom predstavuje 5,7%. Výrobný sortiment podniku pozostáva z polotučného mlieka, ktoré je balené do obalu TETRA BRIK a jeho trvanlivosť je 7 dní, jogurty patria medzi najlepšie v regióne, orientácia podniku je na tzv. živé jogurty, kyslá smotana patrí taktiež k najlepším v regióne, maslo kvalitatívne i chuťovo jedno z najlepších masiel na Slovensku, sušené mlieko špeciálna výroba smerovaná na export s dokonale presným vážením na 25 kg balenie. Celková kapacita mliekarne je využitá na 50%, ale mimo sezóny len na 25% z titulu sezónnosti nákupu mlieka. Odbyt vlastnej produkcie spoločnosť zabezpečuje na zahraničný trh, ale taktiež na domáci. Do zahraničia vyviezli za cca 183 mil. Sk vo forme sušeného mlieka, masla, smotany, ale aj surového mlieka. Na domáci trh predala táto spoločnosť výrobky za 493 mil. Sk z čoho 75 mil. Sk tvorili dodávky sušeného mlieka pre ďalšie spracovanie do výrobkov veľkoobchodných odberateľov a výrobky za 418 mil. Sk boli dodané do maloobchodných vlastných predajní. Najväčším odberateľom je spoločnosť ANJA s.r.o. Bratislava (146 mil. Sk), Kraft Foods Slovakia s.r.o. Bratislava (71,2 mil. Sk), CBA Slovakia s.r.o. Lučenec (44,4 mil. Sk) Meggle Intrtrade (41,1 mil. Sk) a Milk – Agro s.r.o. Prešov (22,3 mil. Sk). Pre zvýšenie produkcie mliekareň uzavrela dohodu s obchodnými reťazcami predávať výrobky pod ich značkami. V súčasnosti vyrába celkom 12 značiek výrobkov pre Bala, CBA, Tesco a Jednota Slovensko. Táto výroba pod značkou zabezpečuje pravidelnosť odbytu vyrábanej produkcie. Pri vstupe SR do EÚ spoločnosť investovala do stavebno - technických úprav budov a stavieb za účelom splnenia náročných hygienických noriem pri výrobe potravinárskeho tovaru. V súčasnosti mliekareň investovala do nákupu a modernizácii techniky napr. nákup prístroja na meranie fyzikálno – analytických hodnôt v mlieku a mliečnych výrobkov, výmena čpavkového kompresora, výmena rozvodu ľadovej vody, nákup kartónovačky masla, rekonštrukcia zmaselňovača a nákup zásobníkov na sušené mlieko.

#### **4.1.2 Predmet podnikania a ciele**

Predmet činnosti je:

- obchodná činnosť s potravinami,
- cestná nákladná doprava,



- spracovanie surového kravského mlieka, výroba mliekarenských výrobkov,
- rozborová a laboratórna služba,
- prenájom motorových vozidiel,
- faktoring a forfaiting,
- sprostredkovanie obchodu a služieb,
- reklamná a propagačná činnosť.

#### Podnikové ciele:

- zvyšovať spokojnosť zákazníkov s poskytovanými výrobkami a službami
- plnenie požiadaviek zákazníkov na zlepšenie kvality kyslomliečnych výrobkov , jogurtov
- inovácia výrobkov
- udržať a hlavne zlepšiť kvalitu vyrábanej produkcie a predĺžiť lehoty spotreby výrobkov
- zvýšiť úroveň komunikácie medzi marketingovými pracovníkmi spoločnosti a odberateľmi
- zabezpečiť vyššiu ochranu životného prostredia
- zabezpečiť výmenu jednotlivých častí technologických liniek pri spracovaní mlieka a zníženie energetickej činnosti výroby
- stabilizovať dodávky surového kravského mlieka od prvovýrobcov a odbytových družstiev za účelom efektívnejšieho využitia základných výrobných fondov spoločnosti

#### **4.1.3 Majetok podniku**

Majetok spoločnosti ku koncu roku 2006 predstavoval čiastku 171,5 mil. Sk a v porovnaní s predchádzajúcimi obdobiami sa zvýšil o 33,0 mil. Sk. Toto zvýšenie bolo vo výške 5,2 mil. Sk tvorené vlastnými zdrojmi a to 5,0 mil. Sk zvýšením ZI o 0,2 mil. Sk tvorbou zisku vo výške 27,5 mil. Sk cudzími zdrojmi, z čoho najväčší prírastok tvorili krátkodobé záväzky v objeme 26,2 mil. Sk. Zaujímavou a zároveň dôležitou otázkou je zlepšovanie pomeru medzi vlastnými a cudzími zdrojmi majetku, neustále zlepšovanie pozície pri hodnotení ekonomickej životaschopnosti pri získavaní finančných zdrojov na rozvoj spoločnosti z bankových inštitúcií a aj fondov EÚ. Vyššiu tvorbu zisku možno dosiahnuť zvyšovaním ZI spoločnosti.

Tabuľka 1 *Budovy, stavby a zariadenia (podľa odpisových skupín v tis. Sk) k 31.12.2007*

Názov	Odpisová skupina	Obstarávacía cena	Oprávky	Zostatková cena
Pozemky	-	2295	0	2295
Budovy, haly a stavby	4	33 835	17 908	15 927
Stroje, prístroje a zariadenia	2	116 000	99 441	<b>59</b>

## 4.2 Výrobný program

### 4.2.1 Úroveň kvality výroby

Súhrn úžitkových hodnôt určitej sortimentnej skladby a kvality, ktoré podnik v určitom období vyrába alebo poskytuje sa nazýva výrobný program.

Dlhodobým cieľom spoločnosti je vyrábať výrobky, ktoré svojou kvalitou uspokojia požiadavky zákazníka a súčasne budú spĺňať všetky ekologické požiadavky.

Z toho cieľa vyplývajú nasledovné hlavné priority v oblasti kvality:

Orientácia na zákazníkov – spokojnosť zákazníka dosiahne spoločnosť dodávaním výrobkov, ktoré splnia jeho požiadavky na kvalitu, množstvá a dohodnuté termíny.

Vysoká kvalita výrobkov – pre dosiahnutie trvalo vysokej kvality produkcie zabezpečí spoločnosť:

- neustále zdokonaľovanie systému riadenia kvality v rámci celej firmy,
- inováciu a postupné rozširovanie sortimentu výrobkov, užšiu spoluprácu s rozhodujúcimi dodávateľmi,
- výrobu výrobkov vyhovujúcich z hľadiska hygienického, ekologického a bezpečnostného,
- zavedenie systému vzdelávania zamestnancov,
- zníženie dopadov našej činnosti na životné prostredie,
- zavedenie systému ekonomickej a morálnej zainteresovanosti riadiacich a výrobných zamestnancov

Upevnenie postavenia na trhu – okrem uspokojovania zákazníka a vysokej kvality výrobkov zabezpečí spoločnosť:

- orientáciu na dlhodobú úspešnosť
- zvýraznenie marketingovej činnosti, reklamy a propagácie s cieľom získať nových zákazníkov

O tom, že kvalita nie je v spoločnosti Gemerská mliekareň, s.r.o. len prázdnu frázou, svedčia aj získané ocenenia.

#### **4.2.2 Výrobná kapacita a jej využitie , výrobné metódy**

Výrobnú kapacitu podniku čiže jeho potenciálny výkon v rozhodujúcej miere ovplyvňuje vzájomná prepojenosť výrobného programu podniku s jeho výrobnou štruktúrou. Výrobnou kapacitou sa označuje maximálny možný objem výroby požadovaného sortimentu a kvality, pri danej výrobnej štruktúre za jednotku a pri uplatnení overených výrobných skúseností a efektívnej organizácii výrobného programu. Je to teda potenciálny výkon, resp. potenciálna schopnosť podniku vyrobiť určitý objem produkcie v určitom sortimente a čase

Spoločnosť spracovala v predchádzajúcom roku 45 mil. litrov mlieka a od producentov nakúpila 40 mil. litrov surového kravského mlieka , čo predstavuje 4,1% z nákupu v SR. Celková kapacita mliekárne je v sezóne využívaná asi na 100%, z titulu sezónnosti nákupu mlieka(nedostatok mlieka v zimných mesiacoch)je využívaná mimo sezóny iba na 75%.

Popis jednotlivých stredísk:

- A. Príjem mliek a pasterizácia
- B. Mliekárenská činnosť
- C. Masliareň
- D. Tvaroháreň
- E. Špeciality
- F. Sušiareň mlieka

Výroba sa uskutočňuje na jednom mieste v areáli podniku.

#### **Výrobné postupy pri jednotlivých druhoch výrobkov**

**Konzumné mlieko** vyrobené zo surového kravského mlieka čistením, štandardizáciou množstva tuku, tepelne ošetrené, homogenizované, rýchlo schladené na teplotu +6°C a plnené do spotrebiteľských obalov. Konzumné mlieko sa vyrába v jednej triede kvality. Podľa obsahu tuku a spôsobu tepelného ošetrenia sa vyrába v trhovom druhu- pasterizované polotučné mlieko homogenizované o množstvo tuku najmenej 1,5% hmot.

**Stroje:** paster, homogenizátor, odstredivka, úschovné tanky, baliaci stroj TETRA PACK a TETRA BRICK

**Kyslá smotana** je výrobok vyrobený z mliekarensky ošetreného mlieka, štandardizáciou množstva tuku, s prídavkom mliekarenskej kultúry, ktorý po ukončení fermentácii sa pomieša, začne sa chladením, plní do spotrebiteľských obalov a dochladzuje sa v chladiarenskom sklade. Kyslá smotana sa vyrába v jednej triede kvality a v týchto trhových druhoch:

a, kyslá smotana s obsahom tuku 16% hmot.

b, kyslá smotana s obsahom tuku 12% hmot.

c, kyslá smotana s obsahom tuku 10% hmot.

**Stroje:** paster, homogenizátor, úschovné tanky, baliace stroje APK, HAMBА, HITPACK

**Maslo** sa vyrába zo smotany pasterizovanej mútením v zmaselňovači, ktoré sa potom balí do spotrebiteľských obalov a uchováva a skladuje v chladiarenskom sklade. Maslo sa vyrába v jednej triede kvality a v jednom trhovom druhu podľa obsahu tuku: tradičné maslo.

**Stroje:** zmaselňovač, úschovné a chladiace tanky, baliace stroje

**Acidofilné mlieko** je výrobok vyrobený z mliekarensky ošetreného mlieka, štandardizáciou množstva tuku, s prídavkom mliekarenskej kultúry, ktorý po ukončení fermentácii sa schladí, plní do spotrebiteľských obalov a dochladzuje sa v chladiarenskom sklade. Vyrába sa v jednej triede kvality a v jednom trhovom druhu podľa obsahu tuku: acidofilné mlieko plnotučné

**Stroje:** paster, homogenizátor, úschovné tanky, baliace stroje APK, HAMBА, HITPACK

**Smotanový jogurt** je výrobok vyrobený z mliekarensky ošetrovaného mlieka, štandardizáciou množstva tuku, s prídavkom mliekarenskej kultúry, ktorý po ukončení fermentácie sa mieša s chuťovou zložkou podľa THM, schladí sa, plní do spotrebiteľských obalov a dochladzuje sa v chladiarenskom sklade. Smotanový jogurt sa vyrába v jednej triede kvality týchto trhových druhoch:

- a, ovocný – jahodový, exotický, lesná zmes, malinový, marhuľový, banánový, šípkový
- b, čokoládový
- c, vanilkový

**Stroje:** paster, homogenizátor, úschovné tanky, baliace stroje APK, HAMBIA, HITPACK

**Tvaroh** je výrobok, ktorý sa vyrába z kravského mlieka, ktoré sa čistí, odstredzuje, tepelne sa ošetrí, štandardizuje, pridaním mliekarenskej kultúry sa zráža. Po spracovaní zrazeniny sa výrobok balí do spotrebiteľských obalov, vychladí sa a skladuje v chladiarenskom sklade. Tvaroh sa vyrába podľa množstva sušiny a množstva tuku v sušine v jednej triede kvality v tržnom druhu:

- a, tvaroh mäkký
- b, tvaroh tvrdý

**Stroje:** zrecí tank, výpustná vaňa, váhy + balička

### **Riziká**

Najväčšie riziko vzniká pri nedodržaní zásad správnej výrobných praxe (hygiena výroby) u dodávateľov mliekárne pri produkcii mlieka, ktoré je predmetom nákupu. Hrozí riziko alimentárnej nákazy spôsobenej mikroorganizmami. Nevhodné pre výrobu je takisto mlieko s obsahom inhibičných látok. Pri vlastnom spracovaní a výrobe jednotlivých výrobkov veľký obsah na kvalitu má dodržanie podmienok tepelného spracovania a chladenia.

### **4.3 Finančná analýza**

Predstavuje zhodnotenie celkovej finančnej situácie podniku a definovanie príčin, ktoré ju zavinili. Má analytický, ale aj hodnotiaci charakter. Umožňuje odhaliť silné a slabé stránky podniku, ktoré determinujú jeho finančný stav. Je užitočným diagnostickým prostriedkom, ktorý nám umožňuje posudzovať finančné zdravie podniku.

### 4.3.1 Analýza likvidity

Ukazovatele likvidity vyjadrujú schopnosť podniku uhradiť včas svoje záväzky voči všetkým dodávateľom. Platí, že podnik finančne stabilný je schopný hradiť, podnik s finančnými ťažkosťami s tým má problémy. Schopnosť uhradiť včas svoje záväzky je ovplyvnená mnohými skutočnosťami, no najdôležitejšie sú:

- štruktúra majetku
- primeraný a pravidelný prítok peňažných prostriedkov

Tabuľka 2 Ukazovatele likvidity za sledované obdobie

Ukazovateľ	Hodnota ukazovateľa			Zmena			Index		
	2004	2005	2006	2-1	3-1	3-2	2/1	3/1	3/2
Pohotová likvidita	0,0016	0,0013	0,0001	-0,0003	-0,0015	-0,0012	0,8125	0,0625	0,0769
Bežná likvidita	0,9573	0,9796	0,9767	0,0223	-0,0223	-0,0029	1,0203	1,0203	0,9970
Celková likvidita	1,1399	1,2263	1,2124	0,0864	0,0864	-0,0139	1,0758	1,0636	0,9887

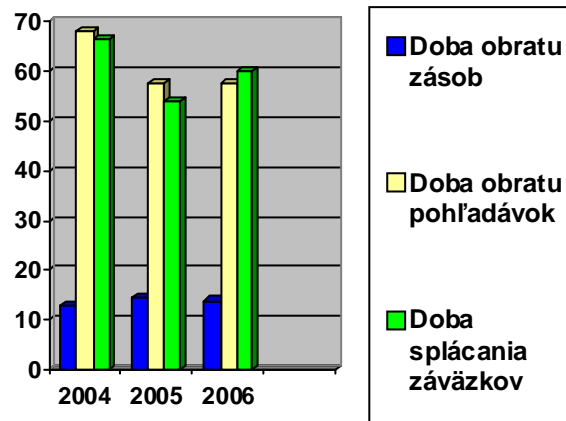
*Prameň: vnútropodniková evidencia a vlastné prepočty*

Výsledky pohotovej a celkovej likvidity nespĺňajú prijateľné hodnoty. Zo získaných výpočtov konštatujeme, že podnik nedosahuje vysokú likviditu a schopnosť hradiť svoje záväzky je nízka. Ak by však podnik speňažil celé obežné aktívum získal by dost prostriedkov na úhradu svojich záväzkov.

### 4.3.2 Analýza aktivity

Ukazovateľ aktivity poukazuje na efektívnosť využívania aktív. Odporúčaná hodnota týchto ukazovateľov je 60 dní a menej. Primerané využívanie je podmienkou konsolidovanej finančnej situácie.

**Graf 2**



Ako vidieť z tabuľky 3(v prílohách)alebo grafu 2 ,doba obratu zásob trvala najdlhšiu dobu v roku 2005 a to 14,5 dňa. Rozdiel medzi najkratšou dobou obratu zásob v roku 2004 a najdlhšou dobou obratu zásob v roku 2005 je 1,6 dňa. V rokoch 2005 a 2006 sme zistili veľmi malý rozdiel v dobe obratu pohľadávok. Zároveň z prepočtov môžeme konštatovať, že doba splácania záväzkov predstavovala v roku 2004 najväčšiu hodnotu a to 67 dní.

#### 4.3.3 Analýza zadlženosti

Ukazovatele zadlženosti nám umožňujú sledovať štruktúru kapitálu spoločnosti z hľadiska vlastníctva. Informujú nás o dvoch dôležitých skutočnostiach , objasňujúcich finančnú situáciu spoločnosti a to o miere zadlženosti a o schopnosti túto zadlženosť znášať. Vyjadrujú nám , aký objem cudzieho kapitálu sa podieľa na krytí majetku podniku.

Tabuľka 4 Ukazovatele zadlženosti za sledované obdobie

Ukazovateľ	2004	2005	2006	Rozdiel 3-2	Index 3/2
Stupeň samofinancovania	0,01864	0,01900	0,02292	0,00392	1,206
Stupeň zadlženosti	0,23179	0,23020	0,22626	-0,00394	0,983
Finančná páka	99,11581	94,47044	71,78583	-22,68461	0,760
Krytie úrokov	2,32256	1,44899	1,11047	-0,33852	0,766
Platobná neschopnosť	1,04605	1,022414	1,02398	0,00184	1,002

*Prameň: vnútropodniková evidencia a vlastné prepočty*

Na základe Grafu 3(v prílohách) a tabuľky 4 najvyššiu mieru zadlženosti podnik vykazoval v roku 2004 (23,179%).Ukazovateľ platobnej neschopnosti vykazuje hodnoty 1,05 čo znamená, že záväzky sú o 5% vyššie ako pohľadávky. Ukazovateľ platobnej neschopnosti vypovedá o tom, že podnik má vo všetkých uvedených rokoch primárnu platobnú neschopnosť.

#### 4.3.4 Analýza rentability

Rentabilita je schopnosť podniku dosahovať zisk a zhodnocovať kapitál vložený do výroby. Tieto ukazovatele hodnotia všeobecnú efektívnosť vloženého kapitálu do podnikateľskej činnosti bez ohľadu na zdroj odkiaľ pochádza. Samotná výška zisku dostatočne neinformuje o úspešnosti podniku a preto sa používajú ukazovatele rentability na jej vyjadrenie , ktoré dávajú zisk do pomeru s kapitálom potrebným na jeho dosiahnutie.

Tabuľka 5 Ukazovatele rentability za sledované obdobie

Ukazovateľ	2004	2005	2006	Rozdiel 3-2	Index 3/2
Rentabilita dlhodobého kapitálu	0,3035	0,0730	0,0115	-0,0615	0,158
Rentabilita základného imania	1,1094	0,2624	0,0234	-0,2390	0,089
Rentabilita výnosov	0,0108	0,0018	0,0003	-0,0015	0,167
Rentabilita nákladov	0,0101	0,0018	0,0003	-0,0015	0,167

Prameň: vnútropodniková evidencia a vlastné prepočty

Najnižšiu hodnotu rentability dlhodobého kapitálu dosiahol podnik v roku 2006 , čo vyjadruje aj najnižšiu ziskovosť vlastného kapitálu. Rentabilita základného imania vykazuje priaznivý stav. V roku 2004 pripadá na 1000,-Sk základného imania čistý zisk v hodnote 1109,40,-Sk. Ukazovateľ rentability výnosov zaznamenáva počas sledovaného obdobia pokles. Najvyššiu hodnotu podnik dosiahol v roku 2004, kde na 1000,- Sk výnosov pripadá 10,8 Sk čistého zisku. Najnižší pomer zisku na vynaložených nákladoch podniku bol v roku 2006, kedy pripadalo na 1000,-Sk nákladov čistý zisk v hodnote 0,30,-Sk.

#### 4.4 Analýza marketingovej činnosti podniku a jeho postavenie na trhu

##### 4.4.1 Analýza zákazníkov



Základnou podmienkou pôsobenia na trhu je poznanie svojich zákazníkov. Pre Gemerskú mliekareň môžu kupujúci znamenať hrozbu. A to vtedy, keď sú schopný donútiť podnik znížiť ceny alebo zvýšiť kvalitu, pričom sa ich požiadavky dajú realizovať len pri vyšších nákladoch. Kupujúci na trhu s mliekom a mliečnymi výrobkami nepredstavujú hrozbu. Podnik má príležitosť zvyšovať ceny a dosahovať vyššie výnosy. Na trhu potravín ovplyvňujú správanie kupujúcich tieto faktory:

- sociálne faktory ako je zamestnanie , vzdelanie , príjem atď
- kultúrne faktory (zmena stravovacích návykov, ochrana zdravia a životného prostredia)
- spoločenské faktory ako je rodina
- osobné faktory (vek, životný cyklus domácnosti, životný štýl)
- psychologické faktory (motivácia, učenie, postoj, vnímanie)
- vlastnosti potravín a to biologické, fyzikálne, ale aj chemické

Vo vzťahu k spotrebe potravín existuje niekoľko smerov motivácie spotreby. Týmito smermi sú:

- motivácia vnemov
- motivácia spotreby z politických dôvodov
- motivácia spotreby zo zdravotných dôvodov
- uspokojenie základných potrieb
- ochrana životného prostredia

#### **4.4.2 Analýza trhu a konkurencie**

Na Slovensku podnikajú mliekarenské podniky v silne konkurenčnom prostredí, ktoré sa vyznačuje nerovnovážnym stavom n trhu, keď z dôvodu nízkej kúpyschopnosti obyvateľstva ponuka preyšuje dopyt takmer o 26%. Silnou konkurenciou sú mliečne výrobky z Českej republiky pre kvalitné slovenské výrobky. Najsilnejšími konkurentmi na domácom trhu sú Liptovská mliekareň a.s. a Tatranská mliekareň, a.s., ktoré sa výrazne presadzujú silnou konkurenčnou politikou a regionálnou marketingovou komunikáciou. Najsilnejším konkurentom v rámci Slovenska je spoločnosť RAJO a.s. V súčasnosti

existuje na Slovensku približne 40 spoločností , ktoré spracovávajú mlieko a vyrábajú mliečne výrobky.

Hoci sledovaná spoločnosť patrí k menším podnikom jej výrobky sú konkurencieschopné nielen doma, ale aj na zahraničnom trhu.

#### **4.4.3 Marketing, obchod a predaj**

Obchodná stratégia spoločnosti vychádza z využitia metód osvedčených vo vyspelých krajinách v oblasti predaja. K úspešnosti obchodnej politiky prispievajú dobré odbytové možnosti. Orientuje sa na poznanie zákazníkov a vychádza zo zdravých trendov v oblasti vyváženej výživy cestou znižovania obsahov tukov vo vybraných druhoch výrobkov.

Predaj mlieka a mliečnych výrobkov sa uskutočňuje na základe uzatvorených zmlúv s odberateľmi na Slovensku, ale aj v Českej republike. Produkty sú ponúkané rôznymi spôsobmi :

- telefónne ponuky pri každodennej komunikácii so zákazníkmi
- ponuka tovaru pomocou katalógu
- zasielaním cenníkov iným mliekárňam a veľkoodberateľom
- osobne, prostredníctvom obchodných zástupcov

Ceny sú odvodené z celkových nákladov a zisku. Výrobky sú však cenovo dostupné všetkým zákazníkom. Zľavy sa poskytujú odberateľom pri kúpe väčšieho množstva tovaru, pri pravidelnom odbere alebo pri poškodení objednávky.

Jedným zo spôsobov presadenia sa na trhu je reklamná kampaň. Podnik venuje na reklamu a iné marketingové aktivity 5% prostriedkov z predaja.

Podľa posledných prieskumov viac ako 80% zákazníkov nakupuje produkty Gemerskej mliekárne v hypermarketoch a vo veľkej miere využíva akciové ceny.

#### **4.5 Analýza slabých a silných stránok , ako aj príležitostí a existujúcich rizík podniku (SWOT – analýza)**

Sledovať a vyhodnocovať vývojové trendy v neustále sa meniacom vonkajšom prostredí, identifikovať trend alebo smer vývoja ako príležitosť alebo hrozbu, je

v súčasnosti pre spoločnosť nevyhnutnosť. Nástrojom pre celkovú analýzu vonkajších a vnútorných činiteľov sa stala SWOT analýza. SWOT analýza poukazuje na vonkajšie činitele, ktoré predstavujú príležitosti a ohrozenia ďalšieho rozvoja podniku, Hodnotenie vplyvu vonkajších činiteľov musí byť doplnené rozborom vnútorných činiteľov, ktoré predstavujú silné a slabé stránky podniku.

Prostredníctvom SWOT analýzy sme určili silné a slabé stránky, príležitosti a ohrozenia aj podniku Gemerské mliekárne.

#### **Silné stránky:**

- vysoká kvalita výrobkov, široký sortiment
- stabilita dodávok surového kravského mlieka od spoločníkov
- možnosť okamžitej reakcie na znížený dopyt trhu po čerstvých mliečnych výrobkoch a to spracovaním mliečnej suroviny na sušené mlieko
- držiteľ certifikátu ISO 9001:2001
- kvalitný marketingový manažment
- kvalifikovaný personál, snaha o rozvoj pracovníkov
- vývoz do členských štátov EÚ

#### **Slabé stránky:**

- vysoká opotrebovanosť strojov a zariadení
- drahá doprava a slabá distribúcia
- nedostatočná propagačná kampaň
- slabá jazyková pripravenosť vrcholového manažmentu na priamu komunikáciu s potenciálnymi zahraničnými odberateľmi
- zvýšené náklady na zvoz surového kravského mlieka od vzdialenejších dodávateľov
- vplyv na pokles kurzu na výsledky rozvozu

#### **Príležitosti:**

- vývoj nových výrobkov
- vstup do Európskej únie

- nové možnosti na zahraničných trhoch
- dobre vzťahy s prvovýrobcami mlieka
- hlavné výrobkové rady požadujú veľmi malú reklamu
- moderné trendy v technológiách
- odstránenie ochranných opatrení na určité výrobky v zahraničí

**Ohrozenia:**

- kúpyschopnosť obyvateľstva, uprednostňovanie lacnejších a menej kvalitných výrobkov
- noví silní konkurenti s agresívnou cenovou politikou
- zlá dotačná politika v porovnaní s ostatnými krajinami
- zmena legislatívy po vstupe do EÚ
- zvýšenie vstupných nákladov
- nedostatok vlastných finančných prostriedkov na investičné zámery
- nestabilné podnikateľské prostredie

## 5 Záver

Témou práce bola analýza výsledkov výrobného odboru v potravinárskom priemysle. Ja som sa zamerala na mliekarenský priemysel a mojím vybraným podnikom bola Gemerská mliekareň s.r.o. V práci som využila poznatky finančnej analýzy, ekonomickej analýzy, analýzy výroby, organizačnej, riadiacej a sociálno- personálnej činnosti ako aj marketingovej činnosti.

Mliekareň so sídlom v Banskobystrickom regióne sa zaraďuje medzi najväčších výrobcov mlieka a mliečnych výrobkov na Slovensku. S nákupom 40 – 50 mil. litrov mlieka ročne a odbytom 20 mil. litrov mlieka vo forme mliečnych výrobkov sa podieľa 2 – 3% na domácom trhu. Svojou kvalitou, cenovou politikou a tradičnými technologickými postupmi si spoločnosť vybudovala okruh stálych zákazníkov, ktorí dôverujú tejto značke a preferujú ju pri svojich nákupoch.

Za silnú stránku spoločnosti považujem predaj svojich výrobkov zameraný na zásobovanie veľkoobchodných skladov pre obchodne reťazce. Napriek tomu, že nízky objem predaja mlieka a mliečnych výrobkov na domácom trhu ovplyvňuje vysoká miera nezamestnanosti, nízka kúpyschopnosť obyvateľstva sa výrobky tohto podniku veľmi dobre predávajú pre ich vysokú kvalitu. Cieľom predaja je osloviť aj nízko príjmové vrstvy obyvateľstva hlavne cenovo prijateľnejšími mliečnymi výrobkami ( zakýsaný cmar, zakýsané mlieko).

Za účelom zvyšovania odbytu svojej produkcie a po dohode s obchodnými reťazcami spoločnosť rozšírila sortiment výrobkov pod ich značkami, čo zabezpečuje pravidelnosť odbytu.

Ťažkosti s odbytom a prijateľnou cenou výrobkov nastali v roku 2006 – spôsobené poklesom cien na svetových trhoch, posilnením SKK a uskutočňovanými výberovými konaniami na jeho predaje. V dôsledku týchto negatívnych vplyvov sa znížil aj odbyt sušeného mlieka pre najväčšieho tuzemského odberateľa z 1259 t na 864 t v roku 2006.

Vysoká miera opotrebenia hnutel'ného majetku núti spoločnosť investovať veľké množstvo prostriedkov na opravy a udržiavanie majetku. Ukazovatele aktivity nám umožnili vyjadriť ako účinne podnik využíva svoj majetok. Z porovnania týchto ukazovateľov sme dospeli k záveru že v roku 2006 bola doba inkasa pohľadávok 58 dní a priemerná doba splácania záväzkov trvala 60 dní. Malý rozdiel medzi dobami splatnosti vypovedá o konsolidovaných hospodárskych vzťahoch podniku. Nedostatkom spoločnosti je, že v minulom roku sa nezaoberala výskumom a vývojom a v súčasnosti nemá žiadnu organizačnú zložku v zahraničí.

Pozitívnym krokom spoločnosti bolo získanie certifikátov ako:

Certifikát systému manažérstva kvality

Certifikát ochranej značky kvality N° 40/2002 – zlatú medailu SLOVAK GOLD

Od vstupu SR do EÚ sa zostril konkurenčný boj medzi jednotlivými mliekarňami o udržanie resp. zlepšenie svojich pozícií na domácom, ale aj zahraničnom trhu. Na uvedenú skutočnosť spoločnosť reagovala zmenou štruktúry odbytu a to tým, že sa dvojnásobne zvýšil vývoz mlieka mimo hraníc SR. V dôsledku poklesu cien sušeného mlieka na domácom a zahraničnom trhu, ako aj v dôsledku zvýšenia cien energií a PHM sa rozhodla vyvážať vo väčšej miere ako v predchádzajúcich rokoch, surové kravské mlieko a smotanu. Tlak na čo najnižšie predajné ceny cíti spoločnosť aj v súčasnosti a tlak neustúpi ani v budúcnosti. V súvislosti s rastom cien PHM odporúčame, aby opatrenia spoločnosti smerovali k zvýšeniu trvanlivosti výrobkov a tým zníženiu počtu rozvozov, čo by sa v konečnom dôsledku malo prejsť na znižovaní nákladov na rozvoz tovaru, zároveň zvýšiť podiel obratu v súčasne zásobovaných veľkoobchodných reťazcoch a znížiť rozsah do malých a vzdialených predajní. Pri výpočte ukazovateľov zadlženosti sme dospeli k názoru, že stupeň zadlženosti spoločnosti sa v roku 2006 mierne znížil a to najmä navýšením ZI o 5,0 mil. Sk.

#### **Návrhy na využitie výsledkov:**

- ✓ zlepšovanie pozície pri hodnotení ekonomickej životaschopnosti pri získavaní finančných zdrojov na rozvoj spoločnosti z bankových inštitúcií
- ✓ získať maximálne možné množstvo finančných podpôr formou dotácií a garantových programov EÚ
- ✓ zlepšovanie pomeru medzi vlastnými a cudzími zdrojmi majetku spoločnosti
- ✓ zabezpečiť stabilný odber sušeného mlieka
- ✓ zlepšiť spracovanie mlieka a mliečnych výrobkov a zároveň znížiť výrobné náklady
- ✓ zvýšiť objem realizovanej produkcie v nadnárodných spoločnostiach
- ✓ prijať opatrenia ktoré vedú k optimálnemu využitiu technologického zariadenia
- ✓ umiestňovať výrobky v nových obchodných sieťach
- ✓ neustále skúmať a analyzovať trh, skúmať postavenie produktov, vyhodnocovať a porovnávať silné a slabé stránky, príležitosti a ohrozenia

- ✓ zvyšovať trvanlivosť výrobkov
- ✓ zvýšiť marketingové komunikácie t.j. účasť na výstavách, sponzorstvo, reklamné akcie
- ✓ sledovať záväzky spoločnosti, schopnosť platiť svoje záväzky
- ✓ neustále sa snažiť o zvyšovanie kvality výrobkov a udržanie podielu na trhu
- ✓ dbať o vzhľad podniku a prostredie predajne, ktorá je vizitkou spoločnosti
- ✓ zvýšiť produktivitu práce na európsku úroveň

## 6 Použitá literatúra

1. DAŇKO, J. : Podnikanie, Nitra SPU, 2004, 5 s. , ISBN 80- 8069- 189– 4
2. DAŇKOVÁ, A. a BOSÁKOVÁ, Z.: Podniky potravinárskeho priemyslu v období vstupu Slovenska na jednotný Európsky trh, In.: Medzinárodné vedecké dni 2004 zborník vedeckých prác. Vydala SPU v Nitre, 2004.s 207. ISBN 80- 8069- 356- 0
3. DLUHOŠOVÁ, D. : Metodické postupy pri diagnóze finančný pozice podniku. In: Finance v pedagogické a vedeckovýzkumové činnosti, II. Sborník referátu z medzinárodného seminára. Karviná: OPF SV , 2004, ISBN 80 –7248 –058 –8
4. GURČÍK, L. : Podnikateľská analýza a kontroling, Nitra SPU, 2004, Druhé vydanie, ISBN 80 -8069 -449 -4
5. GRUNWALD, R. – HOLEČKOVÁ, J. : Finanční analýza a plánování podniku, Druhé vydanie, Praha: Oeconomica, 180 s., ISBN 80 –245 –0684 –X
6. HERIAN, K. : Niekoľko poznámok k súčasnému vývoju mliekkrastva. In: Mliekkrastvo, ročník 35, december 2004, č. 4
7. CHAJDIAK, J. : Ekonomická analýza stavu a vývoja firmy, Bratislava FHI EU, 2004, ISBN 80 -85659 –32 -8
8. KISLINGEROVÁ, E. a kol. : Manažérske financie, Praha: C.H : Beck, 2004, 714 s, ISBN 80 –7179 – 802 –9
9. KONIGOVÁ, M. : Využití finanční analýzy k identifikácii krize v podniku in: Medzinárodné vedecké dni 2004 „, Európska integrácia – výzvy pre Slovensko „, (CD nosič), Nitra SPU, 2004, ISBN 80 –8069 –356 –0
10. MIŽIČKOVÁ, L. – ŠIMO, D.- UBREŽIOVÁ, I. : Základy manažmentu, Druhé vydanie , Nitra SPU, 2005, 96 s, ISBN 80 –8069 –608 –X
11. PAŠKA, L.: Manažment výroby, Nitra SPU, 2004, 1 s, ISBN 80 –8069 –374-9
12. PONIŠČIAKOVÁ, O. : Moderní přístupy k měření podnikové výkonnosti, In: Moderní řízení: měsíčník vydavatelství Economia, roč XI, 2006, č.1, 37 s
13. ŠIMO, D. : Agrárny marketing, Nitra SPU, 2006, ISBN 80 – 8069 – 726 –4
14. ZALAI, K. : Finančno –ekonomická analýza podniku, Bratislava 2004, 305 s., ISBN 80– 888848 – 89 –1



15. ZOBORSKÝ, I.M. : Ekonomika poľnohospodárstva, Nitra SPU, 2006, 319 s,  
ISBN 80 -8069 -785 -2

16. Roľnícke noviny

17. [www.agis.cz](http://www.agis.cz)

18. [www.cassovia.sk/korzar/archiv](http://www.cassovia.sk/korzar/archiv)

19. [www.gemermlieko.sk](http://www.gemermlieko.sk)

20. [www.i-news.sk/search/?sub=spotreba%20mlieka](http://www.i-news.sk/search/?sub=spotreba%20mlieka) -

21: [www.mlieko.sk](http://www.mlieko.sk)

## **Prílohy**

1. Certifikát ochranej značky kvality N° 40/2002 – zlatú medailu SLOVAK GOLD
2. Certifikát systému manažérskej kvality
3. Osobitná cena GOLD DIZAJN 2002
4. Katalóg výrobkov
5. Grafy a tabuľky







## 4. Katalóg výrobkov



### Maslo tradičné 100g ( kartón 4 kg, 8 kg )

- množstvo tuku min. 80 % - max. 90 %
- množstvo vody max. 16 %
- spotrebujte do 30 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC



### Maslo s 3/4 množstvom tuku 100g ( kartón 4 kg, 8 kg )

- množstvo tuku min. 60 % - max. 62 %
- spotrebujte do 30 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC



### Maslo tradičné 100g značka COOP ( kartón 4 kg, 8 kg )

- množstvo tuku min. 80 % - max. 90 %
- množstvo vody max. 16 %
- spotrebujte do 30 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC



### Maslo tradičné značka CBA 100g( kartón 4 kg, 8 kg )

- množstvo tuku min. 80 % - max. 90 %
- množstvo vody max. 16 %
- spotrebujte do 30 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC

### Maslo tradičné značka BALA 100g( kartón 4 kg, 8 kg )

- množstvo tuku min. 80 % - max. 90 %
- množstvo vody max. 16 %
- spotrebujte do 30 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC



### Zmesný tuk RIMAVIA EXTRA 100g( kartón 4 kg, 8 kg )

- množstvo tuku min. 80 %
- množstvo vody max. 18 %
- Zloženie : 50 % rastlinný tuk a 50 % mliečny tuk
- spotrebujte do 2 mesiacov od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC

### Zmesná tuková nátierka RASLO 100g( kartón 4 kg, 8 kg )

- množstvo tuku min. 76 %
- Zloženie : 70 % rastlinný tuk a 30 % mliečny tuk
- spotrebujte do 2 mesiacov od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC



### Mlieko polotučné v obale Tetra Brik.

- mliečny tuk - najmenej 1,5% hmot.
- beztuková sušina - najmenej 8,5 % hmot.
- spotrebujte do 7 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +6oC

### Školské mlieko v 200 ml balení.

- mliečny tuk - najmenej 1,5% hmot.
- beztuková sušina - najmenej 8,5 % hmot.
- spotrebujte do 3 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +6oC



### Sušené mlieko plnotučné

1. množstvo tuku min. 26,0 hmot. %  
2. o množstve vody max. 4,0 hmot. %  
Kvalita - ADMI EXTRA

### Sušené mlieko odtučnené

1. množstvo tuku max. 1,5 hmot. %  
2. množstvo vody max. 4,0 hmot. %  
Kvalita - ADMI EXTRA

Smotanový jogurt ovocný  
Složenie: smotana, ovocná zložka, jogurtová kultúra.  
Obsahuje živú mikroflóru.  
Energia: 800 kJ/100 g  
Obsah tuku najmenej 10 % hmot.  
Obsah sušiny najmenej 25 % hmot.  
Hmotnosť: 126 g

Výrobca:  
Gemerská mliekareň s. r. o.,  
B. Bartóka 41,  
979 01 Rimavská Sobotka

Spotrebujte do dátumu uvedeného na viečku.  
Uchovajte pri teplote do 8 °C.



### Smotanový jogurt lesná zmes

-mliečny tuk v mliečnej zmesi- min. 10 %  
- sušina - min. 23 % hmot.  
-spotrebujte do 21 dní od dátumu výroby  
-Uchovajte pri teplote od +2oC do +6oC  
-Obsahuje živú mikroflóru

### Zloženie:

smotana , 15 % ovocnej zložky, jogurtová kultúra

**SMOTANOVÝ jogurt čokoládový**

Smotanový jogurt ČOKOLÁDOVÝ  
Zloženie: smotana, 15 % čokoládovej zložky (cukor, voda, kakaoový prášok, kakaoové maslo, modifikovaný škrob), jogurtová kultúra.  
Množstvo tuku v mliečnej zmesi najmenej 10 %. Obsahuje živú mikroflóru.  
Výrobca:  
Gemerská mliekareň s. r. o.,  
B. Bartóka 41, 979 01 Rimavská Sobotka  
Spotrebujte do dátumu uvedeného na viečku.  
Uchovajte pri teplote do 8 °C.  
Hmotnosť: 125 g

### Smotanový jogurt čokoláda

-mliečny tuk v mliečnej zmesi - min. 10 %  
- sušina - min. 23 % hmot.  
-spotrebujte do 21 dní od dátumu výroby  
-Uchovajte pri teplote od +2oC do +6oC  
-Obsahuje živú mikroflóru

### Zloženie:

smotana , 15 % čokoládovej zložky, jogurtová kultúra





### Zakysaný cmar

- množstvo tuku max. 1 %
- kyslosť v pH max. 4,5
- množstve beztukovej sušiny min. 8,0 %
- spotrebujte do 21 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC

### Zloženie:

cmar, smotanová kultúra,  
probiotická kultúra



### Zakysaný cmar značka BALA

- množstvo tuku max. 1 %
- kyslosť v pH max. 4,5
- množstve beztukovej sušiny min. 8,0 %
- spotrebujte do 21 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC

### Zloženie:

cmar, smotanová kultúra,  
probiotická kultúra



### Acidofilné mlieko 400ml / 250 ml

- množstvo tuku min. 3,6 %
- kyslosť SH max. 50
- množstve beztukovej sušiny min. 9,0 % hmot.
- spotrebujte do 21 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC

### Zloženie:

pasterizované mlieko, smotanová kultúra,  
acidofilná kultúra a probiotická kultúra



### Zakysané mlieko 250 ml

- množstvo tuku min. 0,5 %l max. 3,1 %
- kyslosť SH max. 40
- množstve beztukovej sušiny min. 9,0 % hmot.
- spotrebujte do 21 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC

### Zloženie:

pasterizované mlieko,  
smotanová kultúra



### Pochútka kyslá so smotanovou kultúrou

- rastlinný tuk min. 10 % hmot.
- kyslosť SH max. 40
- množstve beztukovej sušiny min. 17,0 % hmot.
- spotrebujte do 21 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC

### Zloženie:

pasterizované mlieko odtučnené,  
rastlinný tuk, smotanová kultúra



### Smotana na varenie 10%

- množstvo tuku min. 10 %
- množstvoj sušiny min. 16 % .
- spotrebujte do 14 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +6oC



### Smotana na varenie značka BALA 10%

- množstvo tuku min. 10 %
- množstvoj sušiny min. 16 % .
- spotrebujte do 14 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +6oC



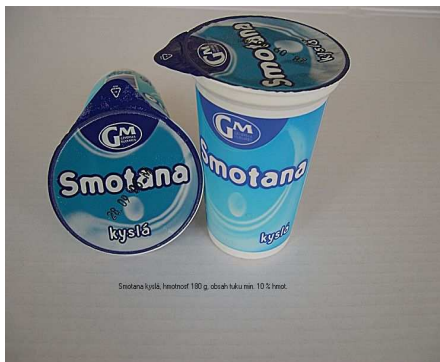
### Kyslá smotana značka BALA 10 %

- množstvo tuku min. 10 %
- množstvoj sušiny min. 16 % .
- Obsahuje živú mikroflóru .
- spotrebujte do 21 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC



### Smotana na šľahanie 31%

- množstvo tuku min. 31 % max.35 %
- množstvoj sušiny min. 36 % .
- spotrebujte do 8 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +6oC



### Kyslá smotana 10 %

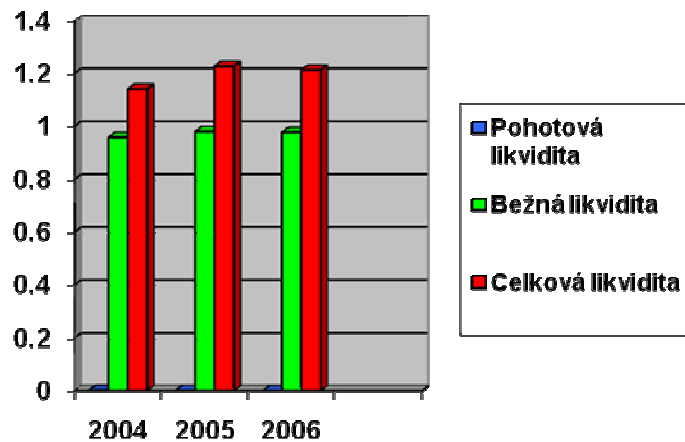
- množstvo tuku min. 10 %
- množstvoj sušiny min. 16 % .
- Obsahuje živú mikroflóru .
- spotrebujte do 21 dní od dátumu výroby
- Uchovajte pri teplote od +2oC do +8oC

Zloženie:

smotana , smotanová kultúra,

5. Grafy a tabuľky  
Ukazovatele likvidity

**Graf 1**



*Tabuľka 3 Ukazovatele aktivity za sledované obdobie( v dňoch)*

Ukazovateľ	2004	2005	2006	Rozdiel 3-2	INDEX 3/2
Doba obratu zásob	12,98860	14,53240	13,91700	-0,61540	0,958
Doba obratu pohľadávok	68,02620	57,63170	57,6451	0,01340	1,000
Doba splácania záväzkov	66,69490	54,02380	60,15340	6,12960	1,113
Doba obratu aktív	408,11630	340,63820	297,19600	-43,44220	0,872
Obrat aktív	0,44720	0,53580	0,61410	0,07830	1,146

*Prameň: vnútropodniková evidencia a vlastné výpočty*

Ukazovatele zadlženosti

**Graf 3**

