**3.Zásobovanie podniku**

**A - charakterizujte krátkodobý majetok podniku**

má krátkodobý charakter, vo výrobnom procese sa mení jeho forma , spotrebúva sa naraz a jeho hodnota prechádza do hodnoty nového výrobku.

Rozdelenie : Zásoby : materiál- Suroviny- základný materiál- tvorí podstatu nového výrobku

- Pomocne latky- sú súčasťou nového výrobku(farby ,laky)

- Prevádzkové látky- nie sú súčasťou nového výrobku ak sú pri jeho výrobe (palivo,)

- Náhradné súčiastky- slúžia na údržbu

- Obaly

- Hmotný majetok- v cene menšej ako 1 700 € doba použitia menšia ako rok.

Nedokončená výroba – produkty ktoré prešli niektorými vývojovými stupňami a ešte nie sú hotovým výrobkom

Polotovar vlastnej výroby

Výrobky , zvieratá

Tovar

 Krátkodobý finančný majetok :

A) Peniaze v hotovosti

B) Ceniny (poukážky, stravné lístky,..)

C) Účet v banke s výpovednou lehotou do 1 roka

D) Cenné papiere s dobou splatnosti do 1 roka

Krátkodobé pohľadávky -Nárok na peniaze so splatnosťou do 1 roka

**B - charakterizujte zásobovanie podniku**

 Zásoby- hmotne statky, ktoré sa nachádzajú v podniku a doteraz sa nepoužili na iný účel

 Význam zásob: 1) prekonávajú časový a priestorový nesúlad medzi jednotlivými fázami reprodukčného procesu

 2) Zabezpečujú plynulú činnosť

Predmety obstarávania- 1) Vstupné materiály – výrobkové materiály – základné

 - pomocné

 - technologické materiály

 2) polovýrobky – používajú sa na kompletizáciu výrobkov

 3) Obchodne tovary – predmet predaja v pôvodnej forme

ZÁSOBOVANIE: činnosti ktorými si podnik zabezpečuje jednotlivé druhy zásob

Ciele zásobovania : 1) technické- zabezpečiť hmotne vstupy v :

a) Požadovanej kvalite

b) Požadovanom sortimente

c) Požadovanom množstve

d) V správnom čase

e) Na správnom mieste

 2) ekonomické – obstarávanie a skladovanie zásob pri minimálnych nákladoch

Spôsoby obstarávania : náhodne

 Do zásob

 Bez skladové

Zásobovacie činnosti – sú zamerané na obstarávanie hmotných vstupov

1) Plánovanie zásob

2) Nákupná činnosť- a) výber vhodného dodávateľa

**C - vysvetlite účtovanie o materiáli**

Materiálom rozumieme také druhy krátkodobého hmotného majetku, ktorý sa pri použití spotrebúva a jeho hodnota vchádza do nových výrobkov. Patria sem:

* Suroviny – základný materiál, tvorí podstatu nového výrobku
* Pomocné látky – sú súčasťou nového výrobku, ale netvoria jeho podstatu napr. farby
* Prevádzkové látky – nie sú súčasťou výrobku, ale sú pri jeho výrobe nevyhnutné napr. palivo, čistiace prostriedky...
* Náhradné súčiastky – slúžia na údržbu hmotného majetku
* Obaly – slúžia na ochranu a prepravu matriálu

Pri vedení podvojného účtovníctva si môže účtovná jednotka zvoliť účtovanie zásob spôsobom A alebo B. Zvolený spôsob bude mať vplyv na premietnutie pohybov zásob do účtovníctva a to jednotne pri všetkých vedených skladoch.

**Spôsob A:** Výhodou spôsobu A je okamžitý prehľad o prostriedkoch, ktoré sú viazané v jednotlivých druhoch zásob, pretože sa záznamy o výdajoch na obstaranie zásob sústreďujú na účtoch triedy 1, odkiaľ sa potom vyskladňujú do spotreby. V účtovníctve sa tak zachytáva stav a pohyby zásob v priebehu celého účtového obdobia.

Nakupovaný materiál sa oceňuje obstarávacími cenami = cena, za ktorú sa materiál skutočne obstaral + náklady spojené s obstaraním /prepravné, clo, poistné.../ Obstarávacia cena materálu sa eviduje na účte **111 – Obstaranie materiálu**, stav a pohyb materiálu sa eviduje na účte **112 – Materiál na sklade**. Spotreba materiálu sa eviduje na nákladovom účte **501 – Spotreba materiálu** so súvzťažným zápisom naúčte 112-Materiál na sklade. Účtovným dokladom pre takýto účtovný prípad je výdajka zo skladu.

**Spôsob B:** Pri spôsobe B sa v priebehu roka účtujú všetky výdaje na obstaranie zásob priamo do nákladov (do spotreby) na účet 501- Spotreba materiálu. Až na konci účtovného obdobia sa vykoná inventúra a zistený zostatok (aktuálny stav) sa zaúčtuje na účty zásob – 112 – Materiál na sklade. Zároveň sa začiatočný stav zúčtuje na stranu D účtu 112 - Materiál a MD stranu účtu 501 – Spotreba materiálu. V priebehu roka teda nie sú v účtovníctve dostupné priebežné údaje o stave zásob.

**Príklad č. 1**

Spoločnosť Arimet v.o.s. účtuje spôsobom A účtovania zásob. Nakúpila materiál na dodávateľskú faktúru .....................................................................500 ,-

20% DPH ...................................................................................... 100,-

Celkom ......................................................................................... 600,--

Zaúčtujte nákup materiálu na faktúru.

MD 111 Obstaranie materiálu D MD 321- Dodávatelia D

500 600

MD 343 DPH D

100

**Príklad č.2**

Materiál prišiel do skladu a skladník vystavil príjemku na 500,- €. Zaúčtujte túto hospodársku operáciu.

MD 112 Materiál na sklade D MD 111-Obstaranie materiálu D

500 500

**Príklad č.3**

Skladník vydal zo skladu materiál za 200 €, na ktorý vystavil výdajku. Zaúčtujte výdajku materiálu zo skladu.

MD 501 Spotreba materiálu D MD 112 Materiál na sklade D

200 200

**Príklad č.4**

Firma AESKO s.r.o. účtuje spôsobom B účtovania zásob. Na dodávateľskú faktúru nakúpila

Materiál.................................................................................. 800,-

20%DPH................................................................................. 160,-

Celkom ................................................................................... 960,-

Zaúčtujte nákup materiálu.

MD 501 Spotreba materiálu D MD 321- Dodávatelia D

800 960

MD 343 DPH D

160

**Príklad č.5**

Firma AESKO s.r.o. vykonala k 31.12.fyzickú inventarizáciu materiálu a zistila, že konečný stav materiálu na sklade je 1500,- €. Zaúčtujte inventarizáciu materiálu.

MD 501 Spotreba materiálu D MD 112- Materiál na sklade D

 1 500 1 500

**D - charakterizujte inventarizáciu majetku**

(1)**Inventarizácia –** účtovná jednotka ňou overuje, či stav, záväzkov a rozdielu majetku a záväzkov v účtovníctve zodpovedá skutočnosti (porovnanie zisteného skutočného stavu s účtovným stavom).

(2) Inventarizáciu účtovná jednotka ju vykonáva ku dňu, ku ktorému zostavuje riadnu alebo mimoriadnu účtovnú závierku (k poslednému dňu účtovného obdobia).

(3) Pri hmotnom majetku okrem zásob a peňažných prostriedkov v hotovosti môže účtovná jednotka vykonať inventarizáciu v inej lehote, ako je ustanovená v odseku 2, ktorá však nesmie prekročiť dva roky.

INVENTARIZÁCIA = INVENTÚRA + POROVNANIE ÚČTOVNÉHO STAVU SO SKUTOČNÝM STAVOM

Inventúra – je činnosť pri ktorej zisťujeme skutočný stav majetku, záväzkov a rozdielu majetku a záväzkov. Spravidla sa robí k 31.12. Inventúra – fyzická – zisťuje skutočné stavy majetku hmotnej povahy a nehmotnej povahy. Dokladovaná inventúra – robí sa pri záväzkoch, rozdiele majetku a záväzkov a pri tých druhoch majetkov pri ktorých nemožno vykonať fyzickú inventúru. Ak je to možné, používa sa kombinácia fyzickej a dokladovej inventúry.

#### Inventarizačný rozdiel môže mať dvojaký charakter, a to:

a) manko – ak zistený skutočný stav je nižší ako stav v účtovníctve a ak ho nemožno preukázať účtovným záznamom. (pri peňažných prostriedkoch a ceninách sa označuje ako schodok)

b) prebytok – ak zistený skutočný stav je vyšší ako stav v účtovníctve a ak ho nemožno preukázať účtovným záznamom

(6) Rozdiely vyplývajúce z úpravy ocenenia podľa § 26 a 27 sa neposudzujú ako inventarizačné rozdiely.

(7) Inventarizačný rozdiel zaúčtuje účtovná jednotka do účtovného obdobia, za ktoré sa inventarizáciou overuje stav majetku, záväzkov a rozdielu majetku a záväzkov.

**E - popíšte zásady spoločenského protokolu v praxi**

Najbežnejší prejav slušnosti je p o z d r a v.

„Pozdraviť je slušnosť, odpovedať je povinnosť“.

Pravidlo :

• muž zdraví ženu

• podriadený nadriadeného

• mladší staršieho

Podávanie ruky - pravidlo:

- žena-mužovi

- starší-mladšiemu

- nadriadený-podriadenému.

Predstavenie - pravidlo:

- prvý sa predstaví muž žene

- mladší - staršiemu

- podriadený - nadriadenému.

Poznáme dva druhy predstavovania : predstavím sa sám, alebo prostredníctvom druhej osoby.

Oslovovanie

Oslovovať niekoho len priezviskom je spoločenský nesprávne.

Oslovujeme : - funkciou (pán riaditeľ, pán učiteľ)

 - titulom ( pán inžinier, pani doktorka..)

 - všeobecne oslovenie pani, pán, slečna,

 - umelcov „majstro“

 - kňazov „dôstojný pane“

Tykanie – pravidlo:

- navrhuje osoba spoločenský významnejšia

- žena navrhuje tykanie mužovi

- starší navrhuje tykanie mladšiemu

- nadriadený navrhuje tykanie podriadenému.

Do spoločnosti – divadlo, opera, kino, reštaurácia, kaviarne vchádza zásadne prvý muž a uvádza ženu do prostredia

**F - popíšte úlohy marketingu podľa stavu dopytu**

3 Stav dopytu

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Stav dopytu | Úloha marketingu | Typ marketingu |
| Negatívny | Vytvoriť dopyt | Konverzný |
| Nulový | Stimulovať dopyt | Stimulujúci |
| Potenciálny | Rozvinúť dopyt | Rozvojový |
| Pokles  | Zvýšiť dopyt | Remarketing |
| Kolísavý | Vyrovnať dopyt | Synchromarketing |
| Úplný | Udržať dopyt | Udržujúci |
| Nadmerný | Znížiť dopyt | Demarketing |
| Iracionálny | Likvidovať dopyt | Protipôsobiaci |

Konverzný marketing

Sa spája s existenciou negatívneho dopytu. Predstavuje takú situáciu, v ktorej väčšina trhových partnerov odmieta tovar alebo službou. Na negatívny dopyt môže vplývať aj vysoká cena. Nízka cena môže zase vyvolávať pochybnosti o kvalite tovaru. Úlohou marketingu je vytvoriť dopyt.

Napríklad vegetariáni sú nositeľmi negatívneho dopytu po mäse , môžeme zvoliť výrobok pre vegetariánov, kde sa mäso nahradí sójou.

Stimulujúci marketing

-Často nastáva situácia , že existujú výrobky, po ktorých nie je dopyt, úlohou marketingu je stimulovať dopyt.

Napríklad plachetnica v oblastiach bez vodných plôch- spolupráca s cestovnými kanceláriami

Rozvojový marketing

Spája sa s potenciálnym možným dopytom. O potenciálnom dopyte hovoríme vtedy, keď spotrebiteľ prejaví záujem o uspokojenie určitej potreby a tovar na jej uspokojenie neexistuje. Proces premeny potenciálneho dopytu na reálnych je úlohou rozvojového marketingu.

Napríklad fajčiari snívajú o cigaretách, ktoré nepoškodzujú zdravie, automobilisti o autách s minimálnou spotrebou a s maximálnou bezpečnosťou.

Remarketing

Pri všetkých výrobkoch sa môže stať, že dopyt klesá. Klesajúci dopyt si vyžaduje oživenie, čo je úlohou remarketingu. Nástrojom môže byť podpora predaja, napríklad ochutnávky tovaru, prezentácie výrobku a pod.

Napríklad firma Matel pre udržanie trhu s bábikou Barbie rozšírila ponuku o auto pre Barbie, dom pre Barbie...

Synchromarketing

Používa sa vtedy, ak je podnik spokojný s celkovou úrovňou dopytu, nevyhovuje mu však stav v dopyte po konkrétnom tovare v určitom časovom úseku. Ak objem výroby je väčší ako potreby trhu a, naopak. Vtedy hovoríme o kolísavom dopyte.

Napríklad dotýka sa to sezónneho tovaru.

Udržiavací marketing

V tejto súvislosti hovoríme o úplnom dopyte. To znamená , že úroveň a štruktúra dopytu po tovare zodpovedá úrovni a štruktúre ponuky. Úlohou marketingu je predovšetkým riešiť úlohy spojené so správnou cenovou politikou a so zachovaním nevyhnutného objemu predaja pomocou reklamy.

Demarketing

-Sa používa v takej situácii, keď dopyt po tovare značne prevyšuje ponuku. Znižovanie takéhoto dopytu sa rieši pomocou demarektingu, a to napríklad: zvýšením ceny, utlmením propagácie či zrušením spotrebiteľského úveru.

Demarketing sa spája so znižovaním dopytu po kvalitných výrobkoch , protipôsobiaci marketing predstavuje znižovanie dopytu po zdraviu škodlivých výrobkoch

Protipôsobiaci marketing

Existujú tovary a služby spojené s dopytom , ktoré hodnotíme ako nerozumné, uspokojovanie dopytu je nežiaduce v súvislosti so zápornými spotrebiteľskými vlastnosťami.

Napríklad alkoholické nápoje a cigarety.