

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra účetnictví a financí

Bakalářská práce

Účtování obchodních operací a zásob v maloobchodě

Vypracovala: Markéta Hromádková

Vedoucí práce: Ing. Hana Hlaváčková

České Budějovice 2020/2021

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Markéta HROMÁDKOVÁ**
Osobní číslo: **E18568**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Účetnictví a finanční řízení podniku**
Téma práce: **Účtování obchodních operací a zásob v maloobchodě**
Zadávací katedra: **Katedra účetnictví a financí**

Zásady pro vypracování

Cíl práce: Analyzovat účetní, daňové a ekonomické souvislosti obchodní činnosti ve vybraném maloobchodě se zaměřením na obchodní rizika, navrhnout postupy řešení problematiky na základě potřeb konkrétního subjektu zabývajícího se maloobchodní činností při akceptování platných předpisů, případně navrhnout jejich změnu.

Postup zpracování:

1. Vývoj obchodu v historickém kontextu.
2. Obchodní operace v účetnictví vybraného maloobchodu.
3. Možnosti platebního styku v obchodní činnosti.
4. Účtování zásob a vedení skladové evidence.
5. Podpora prodeje – reklama, služby.
6. Obchodní rizika – škody, ztráty, expirace zboží.
7. Využití účetních výkazů k analýze obchodní činnosti ve vybraném maloobchodě, vyhodnocení využití možností podpory prodeje a eliminace obchodních rizik.
8. Současné trendy v maloobchodní činnosti.

Rozsah pracovní zprávy: **40-50 stran formátu A4**

Rozsah grafických prací:

Forma zpracování bakalářské práce: **tisková**

Seznam doporučené literatury:

1. LEVY, M., & WEITZ, B. A. (2009). *Retailing management*. Boston: McGraw-Hill Irwin.
2. LOUŠA, F. (2012). *Zásady: komplexní průvodce účtováním a oceňováním*. Praha: Grada Publishing.
3. MÜLLEROVÁ, L. (2018). *Účetnictví obchodních společností*. Praha: Oeconomica.
4. PŘÍKRÝLOVÁ, J. (2019). *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing.
5. RYNEŠ, P. (2019). *Podvojné účetnictví a účetní záloženka*. Olomouc: ANAG.
6. VLČKOVÁ, J. (2013). *Role technologií a inovací v ekonomických teoriích*. Praha: Oeconomica.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Hana Hlaváčková
Katedra účetnictví a financí

Datum zadání bakalářské práce: 21. října 2019
Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(profesionální účetnictví v režimu ZÚ)

1. Název práce: Účetnictví v režimu ZÚ
2. Předmět: Účetnictví a finance
3. Zaměření: Účetnictví v režimu ZÚ
4. Účel: Účel práce je seznámit studenty s účetnictvím v režimu ZÚ a jeho významem pro podnikání.

1. Účel práce

Účel práce je seznámit studenty s účetnictvím v režimu ZÚ a jeho významem pro podnikání. Práce se zaměřuje na popis účetnictví v režimu ZÚ, jeho významu pro podnikání a na řešení praktických úloh z této oblasti. Práce je určena pro studenty bakalářského studia v oboru účetnictví a financí. Práce je rozdělena do dvou částí: teoretické a praktické. Teoretická část obsahuje popis účetnictví v režimu ZÚ, jeho významu pro podnikání a na řešení praktických úloh z této oblasti. Praktická část obsahuje řešení praktických úloh z této oblasti.

Práce je určena pro studenty bakalářského studia v oboru účetnictví a financí. Práce je rozdělena do dvou částí: teoretické a praktické. Teoretická část obsahuje popis účetnictví v režimu ZÚ, jeho významu pro podnikání a na řešení praktických úloh z této oblasti. Praktická část obsahuje řešení praktických úloh z této oblasti.

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to – v nezkrácené podobě – elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledky obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 29. března 2021

Markéta Hromádková

Poděkování

Děkuji Ing. Haně Hlaváčkové za konzultace a odborné rady, které mi pomohly ke zpracování bakalářské práce. Také bych chtěla poděkovat především Ing. Bohumilu Hůlkovi ze společnosti Austrotool, který mi byl velmi nápomocný při poskytování informací a podkladů k vypracování praktické části.

Obsah

1. ÚVOD	3
2. LITERÁRNÍ REŠERŠE	5
2.1. VÝVOJ OBCHODU V HISTORICKÉM KONTEXTU	5
2.2. OBCHODNÍ OPERACE V ÚČETNICTVÍ VYBRANÉHO MALOOBCHODU	8
2.2.1. OBCHODNÍ OPERACE	8
2.2.2. MODEL MALOOBCHODNÍCH PROVOZNÍCH OPERACÍ	8
2.2.3. MOŽNOSTI PLATEBNÍHO STYKU V OBCHODNÍ ČINNOSTI.....	9
2.2.4. NÁSTROJE PLATEBNÍHO STYKU.....	9
2.2.5. DRUHY PŘÍKAZŮ K ÚHRADĚ	10
2.3. ÚČTOVÁNÍ ZÁSOB A VEDENÍ SKLADOVÉ EVIDENCE	12
2.3.1. EVIDENCE ZÁSOB – ZPŮSOB A	13
2.3.2. EVIDENCE ZÁSOB – ZPŮSOB B	13
2.3.3. OCEŇOVÁNÍ ZÁSOB.....	13
2.3.4. VEDENÍ SKLADOVÉ EVIDENCE	14
2.4. PODPORA PRODEJE, REKLAMA, SLEVY	16
2.4.1. REKLAMA	16
2.4.2. SLEVY	18
2.5. OBCHODNÍ RIZIKA, ŠKODY, ZTRÁTY, EXPIRACE ZBOŽÍ	19
2.5.1. OBCHODNÍ RIZIKA.....	19
2.5.2. ŠKODY NA ZÁSOBÁCH	20
2.5.3. INVENTARIZAČNÍ ROZDÍLY	21
2.5.4. EXPIRACE ZBOŽÍ	22
2.6. VYUŽITÍ ÚČETNÍCH VÝKAZŮ K ANALÝZE OBCHODNÍ ČINNOSTI VE VYBRANÉM MALOOBCHODĚ, VYHODNOCENÍ VYUŽITÍ MOŽNOSTÍ PODPORY PRODEJE A ELIMINACE OBCHODNÍCH RIZIK.....	23
2.6.1. FINANČNÍ ANALÝZA	23
2.6.2. ZDROJE INFORMACÍ PRO FINANČNÍ ANALÝZU	23
2.6.3. ÚČETNÍ VÝKAZY	23
2.6.4. VYHODNOCENÍ EFEKTIVITY PODPORY PRODEJE	24
2.6.5. ELIMINACE OBCHODNÍCH RIZIK	25
2.6.6. FAKTORING	27
2.6.7. FORFAITING	28
2.6.8. POJIŠTĚNÍ	28

2.7.	SOUČASNÉ TRENDY V MALOOBCHODĚ	29
2.7.1.	DOMINANCE A DIVERZIFIKACE OBCHODNÍCH FIREM	29
2.7.2.	OBCHODNÍ KOOPERACE	30
2.7.3.	VERTIKÁLNÍ KOOPERACE	30
2.7.4.	HORIZONTÁLNÍ KOOPERACE.....	31
3.	CÍL A METODIKA PRÁCE.....	33
3.1.	ANALYZOVANÁ OBCHODNÍ SPOLEČNOST.....	33
3.2.	HLAVNÍ CÍL.....	33
3.3.	HYPOTÉZY.....	33
3.4.	POUŽITÉ METODY.....	33
3.5.	ZDROJE INFORMACÍ	33
4.	PRAKTICKÁ ČÁST	34
4.1.	CHARAKTERISTIKA ZKOUMANÉHO OBJEKTU	34
4.2.	DAŇOVÉ ZATÍŽENÍ	35
4.3.	ZPRACOVÁNÍ OBCHODNÍHO PŘÍPADU A ZAÚČTOVÁNÍ S NÍM SPOJENÝCH ÚČETNÍCH OPERACÍ.....	37
4.4.	OBCHODNÍ RIZIKA.....	51
4.4.1.	KURZOVÉ RIZIKO	51
4.4.2.	RIZIKO FINANČNÍ ZTRÁTY Z NEZAPLACENÍ FAKTUR	51
4.4.3.	RIZIKO NEODEBRÁNÍ OBJEDNANÉHO ZBOŽÍ.....	51
4.4.4.	RIZIKO CENOVÝCH ZMĚN V PRŮBĚHU ROKU.....	52
4.4.5.	RIZIKO EXPIRACE	52
4.4.6.	KONKURENČNÍ RIZIKO.....	56
4.4.7.	SOCIÁLNÍ RIZIKO	56
4.4.8.	EKONOMICKÁ RIZIKA	57
4.5.	E-SHOP	58
4.6.	ZÁVĚR.....	60
I.	SUMMARY	61
II.	PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY	
III.	SEZNAM OBRÁZKŮ	

1. Úvod

Prvořadným cílem veškerého podnikání, se kterým se v dnešní době setkáváme, je plnění vytyčených cílů a dosahování plánovaných výsledků – zisku. K tomu, aby účetní jednotka znala průběžné výsledky plánovaných cílů, je nezbytné zaznamenávat účetní operace, ze kterých poté získáváme příslušné informace ke korekci plánovaných záměrů. K tomu v České republice slouží České účetní standardy, zákon č. 563/1992 Sb., o účetnictví a vyhláška č. 500/2002 Sb.

V účetnictví sledujeme stav a pohyb veškerého majetku, závazků, kapitálu, náklady, výnosy a výsledek hospodaření. Účetní operace se provádějí v účetních knihách formou podvojného zápisu. Informace z účetních knih slouží nejen pro potřeby příslušné účetní jednotky, ale jsou také důležitým podkladem pro výpočet základu daně a kontrolní orgány Finanční správy.

Veškeré hospodářské operace promítající se v účetních případech musí být doloženy různými doklady – faktura, kupní smlouva, výdejka apod.

Účetní jednotka má ze zákona možnost volby, jakým způsobem bude účtovat zásoby. Způsob A umožňuje účetní jednotce znát aktuální stav na účtech zásob. Pokud se rozhodne účetní jednotka využívat způsob B, pořízené zásoby se účtují rovnou do spotřeby.

V současné době se ekonomické prostředí mění velmi dynamicky a na tyto změny by měl management každé společnosti reagovat. Úspěšná firma se již bez rozboru finanční situace těžko obejde.

Rozhodování o směřování hospodářských aktivit je nerozlučně spjato s účetnictvím. Správně vedené účetnictví nám poskytuje průběžný přehled o ekonomické situaci podniku. S využitím finančních výkazů získaných z účetnictví si může management společnosti vypracovat finanční analýzu, v dnešní době již nezbytnou pro rozhodovací procesy v řízení.

Mnou vybraná obchodní společnost Austrotool se řadí do kategorie mikro účetní jednotky. Tomu samozřejmě také odpovídá rozsah používaných účetních postupů a účtování. Odpovídajícím způsobem jsou rovněž zpracovávány účetní výkazy. Společnost Austrotool pro vedení účetních operací a skladovou evidenci využívá účetní systém Pohoda poskytující širokou škálu funkcí, které však společnost nevyužívá plně. Společnost

si totiž účetnictví nevede sama. Tuto službu pro ni externě vykonává společnost Ambrož Consulting s.r.o.

Bakalářskou práci jsem rozdělila na dvě základní části. V teoretické části, kterou jsem rozdělila na osm kapitol, jsem se zaměřila na získání teoretických informací potřebných pro správné vypracování části praktické. Jako hlavní zdroj pro teoretickou část jsem využívala převážně odbornou literaturu zaměřenou na dané téma a v malém počtu případů i informace z jiných zdrojů.

V praktické části práce se věnuji analýze jednotlivých činností a účetních operací, rozboru evidence skladových zásob a finančním výkazům s cílem navrhnout možná zlepšení.

Ve své práci jsem si stanovila dosažení následujících cílů.

Jako hlavní cíl jsem si zvolila vypracování návrhů, které povedou ke zvýšení obratu společnosti, a tím ke zvýšení zisku. Příkladem je vytvoření moderních komunikačních kanálů.

Dalším cílem, na který se chci zaměřit, bude snaha připravit a zpracovat podklady pro větší využití nabízených funkcí v programu Pohoda.

2. Literární rešerše

2.1. Vývoj obchodu v historickém kontextu

Vzhledem k zaměření a tématu práce bude pro porovnání s aktuální skutečností užitečné stručně zrekapitulovat historii obchodu. Tato kapitola čtenáře seznámí se základními historickými skutečnostmi a poukáže na význam obchodu v rozvoji ekonomických a společenských struktur.

„Obchod jako zvláštní, samostatná hospodářská činnost se objevovala na rozhraní rodové a otrokářské společnosti.“ V té době došlo k oddělení řemesel od zemědělství a města od vesnice. Začala vznikat zbožová výroba.

Vznik obchodu jako zvláštního odvětví lidské činnosti končí třetí velkou dělbou práce. Vzniká profese kupce, který se specializuje na směnu zboží. S tím se objevuje místní a časová odlišnost mezi oběma procesy směny – nákupem a prodejem.

Prvopočátky obchodní činnosti se objevují již v Babylonské říši. Již tehdy, před 4000 lety, byl vydán obchodní zákoník. V pozdějších dobách se spolu se vznikem a rozvojem měst se začíná rozvíjet obchod ve větším rozsahu. Objevuje se také vandrovní obchod. Kontrolu mezinárodního obchodu si však stále ponechávají panovník a šlechta.

S nástupem feudalismu dochází v oblasti obchodu v porovnání s předcházejícím obdobím k výraznému omezení. Obchod se redukuje převážně na luxusní sortiment.

V této době se díky růstu objemu zboží začíná kromě klasických kupeckých karavan rozvíjet zastupování v obchodní činnosti. Obchodník nemá možnost se ze sídla podniku vzdálit na delší čas a využívá k tomuto účelu svého zástupce, kterým je buď zaměstnanec, nebo společník.

V mezinárodním obchodu se pak jedná o tzv. obchodního zástupce, který působí trvale v cizině a s pověřením svého zaměstnavatele uskutečňuje obchodní operace samostatně. Později se začínají objevovat obchodní kanceláře, tzv. kontory.

Od toho byl už pouze krůček k zárodku obchodních společností. Obchodní společnosti vznikaly kvůli rozdělení rizika z obchodního podnikání mezi větší počet osob. Jako první příklad takové obchodní společnosti lze uvést námořní obchod, jehož podílníky byli rejdař, kapitán, mužstvo a cestující kupec, tvořící dohromady jakési obchodní společenství.

Všichni jmenovaní se podíleli na nákladech a rizicích cesty a předem si určili klíč pro rozdělení zisku.

Další formou spolupráce bylo tzv. podílnictví v obchodě neboli komenda. Kupec mimo své zboží převzal do prodeje i zboží kupce jiného.

Rozvoj obchodu přinesl také rychlý rozvoj obchodních středisek–měst. Ta tehdy zajišťovala funkce, jež v dnešní době zajišťuje stát (sociální služby, obrana, zásobování).

Na změny v organizaci obchodu, zvýšení obratu a rozšíření sortimentu měly významný vliv také zámořské objevy v 15.-16. století. V pozdější době však panovník svůj monopol přenesl na soukromé společnosti a vznikl fenomén obchodních společností. Ty měly dokonce právo vlastnit loďstvo, vojsko, pevnosti či obchodní stanice.

V dalším období pak rozmach mezinárodního obchodu a síla obchodního kapitálu výrazně ovlivnily také průmyslovou výrobu tím, že obchodní kapitál investoval do průmyslu.

Jak se dále rozvíjela výroba, docházelo také k její specializaci a obchodovalo se s výrobními prostředky, se surovinami a spotřebním zbožím – v závislosti na tom, jak rostla úroveň společnosti.

Historie obchodu na našem území se lišila pouze co do míry závislosti na ekonomické vyspělosti zdejší společnosti. Hlavní vývojové tendence se však projevovaly i v českém prostoru, ačkoli k významnému rozvoji obchodu zde docházelo až v 7.–8. století za existence Sámovy říše.

Ve 13.–15. století lze již u nás najít zárodky maloobchodu i velkoobchodu. Obchod se specializuje a objevují se kramáři, obchodníci prodávající malé množství zboží.

V této době začínají také vznikat cechy, jejichž funkci postupem doby nahradily živnostenské spolky. Cechy dbaly na poctivost a odbornost prodeje a udržení přiměřeného počtu provozoven.

S příchodem 19. století se obchod specializuje ještě více. V době průmyslové revoluce se rychle začíná rozvíjet lehký průmysl. Současně s tím dochází k rozvoji dopravy a intenzifikaci zemědělské výroby. Stále častěji se využívají úvěry, pojištění, sdružování se do společností. S rozvojem výroby v českých zemích se také prohlubuje zahraniční obchod a zapojení do světového trhu. (Lenka Pražská, Jiří Jindra & kol., 2002)

Nová Česká republika přebírá obchod v poměrně vyspělé podobě. Po překonání krátké krize v roce 1921 dochází k prudkému nekontrolovanému nárůstu obchodního podnikání. Výrazně přibývá obchodních firem i provozoven, což má často negativní vliv na kvalitu výrobků i obchodu.

Nízká technická úroveň a vysoké náklady opět proto nutí drobné obchodníky k různým formám spolupráce a sdružování. Rozšiřují se spotřební a nákupní družstva, která jsou lépe schopna konkurovat silnějším obchodním subjektům.

Za druhé světové války dochází k všeobecnému útlumu obchodních činností. Po válce se však obchod vzpamatovává a rozvíjí se zejména zahraniční obchod, zavádějí se nové modernizované metody prodeje a rozšiřuje se sortiment a obchodní kapacity.

Znárodněný a konfiskovaný majetek prvorepublikových podnikatelů přechází na státní podniky řízené centrálně státem. Dochází k postupné likvidaci obchodu v soukromém vlastnictví. Výrazně se snižuje společenská vážnost a prestiž obchodu ve prospěch preferované výroby, v níž pracuje vládnoucí dělnická třída.

Toto období končí rokem 1989, kdy nastupuje pozvolný přirozený vývoj obchodu a nákupních podmínek, jaký známe ze západní Evropy. (Lenka Pražská, Jiří Jindra & kol., 2002)

2.2. Obchodní operace v účetnictví vybraného maloobchodu

Koloběh hospodářských prostředků vyvolává přeměnu položek rozvahy. Účetní jednotka využívá ke své činnosti majetek. Ten jí umožňuje uskutečňovat její podnikatelskou činnost.

Dlouhodobý majetek se používáním opotřebovává. Stále se ale podílí na zajištění předmětu činnosti obchodní společnosti. U oběžného majetku dochází například při výrobní nebo jiné činnosti ke změně jeho formy. Tomuto procesu říkáme koloběh. (Svoboda, 2017)

2.2.1. Obchodní operace

Dopadem hospodářské činnosti podniku je její koloběh. Hospodářskou, obchodní operací se rozumí jednotlivé fáze, procesy koloběhu.

Veškeré operace, které ovlivňují stav aktiv a pasiv se musí zaznamenávat. Záznamy jsou vedeny v účetnictví. Účetní doklad slouží jako podklad pro zápis obchodní operace. Pokud je obchodní operace doložena účetními doklady, jedná se o účetní případ. (Svoboda, 2017)

2.2.2. Model maloobchodních provozních operací

Pod pojmem obchodně–provozní operace si můžeme představit mnoho činností, například činnosti skladovací, prodejní atd. Těmito činnostmi obchodní jednotky uskutečňují svoji funkci k zajištění fyzického pohybu zboží.

- Příjem zboží – převzetí zboží, fyzická kontrola množství obalových jednotek dodaného zboží podle dodacího listu, také podle charakteru zboží.
- Skladování zboží – vybalení zboží, uložení do skladu nebo na prodejnu do regálu. Důležité je zajistit takové podmínky, aby při skladování zboží nedocházelo k jeho fyzickému poškození či ke změně jeho vlastností nebo aby se nesnižovala jeho kvalita.
- Příprava zboží k prodeji spočívá nejprve v jeho vybalení, kontrole úplnosti, kvality a vzhledu a poté v jeho přípravě k prezentaci na prodejně. Součástí přípravy zboží je také jeho ocenění označením a popisem. (Záboj, 2006)

- Prodej zboží – výběr a předvedení zboží, vysvětlení rozdílu mezi námi prodávaným výrobkem a výrobkem konkurenčním, nabídnutí podmínek úhrady, zaplacení a výdej zboží. (Záboj, 2006)

2.2.3. Možnosti platebního styku v obchodní činnosti

Platební styk můžeme popsat jako vztah mezi plátcem a příjemcem. Platební styk se uskutečňuje v určitých formách, buď mezi účastníky – plátce, příjemce –, nebo prostřednictvím peněžního ústavu. (Máče, 2006)

Platební styk se rozděluje podle různých kritérií:

- způsob placení:
 - hotovostní platební styk: přesun peněz v hotovosti mezi plátcem a příjemcem,
 - bezhotovostní platební styk: úhrada nebo inkaso pouze bezhotovostním převodem mezi účty plátce a příjemce u bank;
- teritorium:
 - tuzemský platební styk: mezi subjekty uvnitř národní ekonomiky, nejčastěji v měně příslušné země,
 - zahraniční platební styk: mezi tuzemskými a zahraničními subjekty, součástí jsou také platby prováděné tuzemskými subjekty v zahraničí,
 - přeshraniční platební styk: mezi tuzemskými subjekty ve vazbě na zahraniční subjekty.

2.2.4. Nástroje platebního styku

Existují různé nástroje platebního styku, na jehož základě banky a jiné bankovního instituce provádějí platební operace.

Hotovostní platební styk

Jedná se o jednu z forem platebního styku, která se provádí prostřednictvím hotových peněz – bankovek, mincí. Hotovostní platební styk lze popsat jako veškeré hotovostní platby, které provádění banky, jiné právnické osoby nebo fyzické osoby jak pro svoji potřebu, tak pro potřebu klientů.

Hotovostní platební styk využívají podniky a fyzické osoby tehdy, chtějí-li se vyhnout vstupu finanční instituce do svých finančních operací. Některé maloobchodní jednotky

využívají hotovostní platební styk z důvodu špatných zkušeností s platební morálkou některých obchodních partnerů. (Máče, 2006)

K bezhotovostnímu platebnímu styku a zúčtování v tuzemsku používají banky zejména tyto nástroje:

- příkaz k úhradě,
- příkaz k inkasu,
- platební příkaz pro zahraniční platební styk,
- šeky,
- platební karty,

A. Příkaz k úhradě

Příkaz k úhradě představuje kvůli své jednoduchosti nejobvyklejší formu úhrady v bezhotovostním styku. Platba probíhá jednosměrně zatížením účtu plátce a končí připsáním částky na účet příjemce. Jedná se o bezzávazkovou hladkou platbu.

2.2.5. Druhy příkazů k úhradě

Příkazy k úhradě je možné členit ze dvou základních hledisek:

- podle počtu plateb na jednom platebním příkazu:
 - jednotlivý příkaz k úhradě,
 - hromadný příkaz k úhradě,
- kolikrát má být platba provedena:
 - jednorázový příkaz k úhradě,
 - trvalý příkaz k úhradě.

B. Příkaz k inkasu

Příkaz k inkasu je platební nástroj, který na rozdíl od příkazu k úhradě nevychází z iniciativy plátce, ale z podnětu příjemce platby. Příjemce platby podává příkaz své bance nebo jiné platební instituci.

Plátce se s příjemcem musí na tomto způsobu placení předem dohodnout. Plátce musí v předstihu poskytnout souhlas své bance, která pak tuto transakci umožní. Poté je platba provedena. Tento způsob placení se využívá zejména u pravidelných plateb, např. úhrady nájemného. (Máče, 2006)

C. Platební příkaz pro zahraniční platební styk

Nejrozšířenějším platebním nástrojem v zahraničí je platební příkaz. Jeho realizací je tzv. hladká platba do zahraničí a ze zahraničí. Používá se pro obchodní i neobchodní platby.

D. Šeky

Šek se využívá k bezhotovostnímu placení za zboží a služby a také k výběru hotových peněz z účtu u banky.

Jedná se v podstatě o platební příkaz. Ten dává příkazce (majitel účtu) šekovníkovi (bance), aby k tíži jeho účtu zaplatil určitou částku ve prospěch osoby uvedené na šeku.

Šek je cenný papír. Jeho obsahem je bezpodmínečný příkaz výstavce šeku bance, aby oprávněnému majiteli (držiteli) šeku vyplatila šekovou částku na vrub účtu uvedeného na šeku.

E. Platební karty

Platební karty patří mezi moderní nástroje bezhotovostního platebního styku. Využívají se k úhradě výdajů a také při výběru hotovosti.

Představují značné rozšíření osobních běžných a úvěrových účtů u bank a slouží k překonání nedostatků šekového, a zejména hotovostního platebního styku. Umožňují svým majitelům snáze a bezpečněji disponovat svými penězi. (Máče, 2006)

2.3. Účtování zásob a vedení skladové evidence

Český účetní standard č. 015 podle zákona o účetnictví ř. 563/1991 Sb. a vyhlášky č. 500/2002 Sb. stanovuje základní postupy při účtování zásob. (Skálová, 2020)

Zásoby členíme podle vyhlášky a účetních standardů na:

a. materiál:

- suroviny,
- pomocné látky,
- provozovací látky,
- náhradní díly,
- obaly a obalové materiály,
- drobný hmotný majetek (movité věci s dobou použitelnosti delší než jeden rok s pořizovací cenou nižší, než je stanovený limit pro účtování do dlouhodobého majetku),
- movité věci s dobou použitelnosti jeden rok a kratší, bez ohledu na pořizovací cenu;

b. zboží;

c. zásoby vlastní výroby:

- nedokončená výroba,
- polotovary vlastní výroby,
- hotové výrobky,

d. zvířata;

e. zálohy na pořízení zásob;

f. digitální měny. (Ryneš, 2019)

České účetní standardy nám nabízejí dva způsoby účtování zásob (způsob A nebo B). Všechny účetní jednotky bez povinnosti auditu mohou používat pro evidenci zásob způsob A i B. Oba způsoby se mohou kombinovat. Může tomu tak být i v rámci jednoho syntetického účtu. Například pokud máme více skladů materiálu v rámci účtu 112.

V rámci analytického účtu lze uplatnit pouze jeden z uvedených způsobů, a to podle míst uskladnění (odpovědných osob). (Ryneš, 2019)

2.3.1. Evidence zásob – způsob A

Výdaje vynaložené na pořízení zásob (nákupem i vlastní výrobou) se soustřeďují na majetkových účtech zásob (účtová skupina 11,12 a 13). Ocenění zásob odpovídá ustanovení § 25 odst. 1 písm. c) a písm. d) zákona o účetnictví.

Zásoby se účtují do provozních nákladů nebo jako snížení nákladů prostřednictvím účtů skupiny 58 – Změna stavu zásob vlastní činnosti a aktivace v okamžiku jejich faktické spotřeby nebo pohybu v důsledku dokončení či prodeje (např. spotřeba materiálu podle výdejek, prodej zboží, snížení stavu zásob nedokončené výroby a výrobků atd.). S průběžnou inventarizací zásob je spojen právě tento způsob účtování. (Ryneš, 2019)

2.3.2. Evidence zásob – způsob B

Při způsobu B se veškeré výdaje na pořízení zásob buď nákupem nebo vlastní činností během účetního období vyúčtovávají na příslušné účty provozních nákladů. (Ryneš, 2019)

2.3.3. Oceňování zásob

Zásoby oceňujeme pořizovacími cenami, vlastními náklady nebo reprodukčními cenami (podle odborného odhadu).

Při nákupu zásob se využívá pořizovací cena. To je cena, za kterou jsou zásoby skutečně pořízeny. Součástí této ceny jsou náklady související s pořízením zásob, například příprava zásob, provize, clo, pojistné nebo přepravné.

Vlastními náklady se rozumí cena, která je na úrovni vlastních nákladů. Tento způsob oceňování se využívá u zásob, které byly vytvořeny vlastní činností. Vlastní náklady zahrnují přímé náklady vynaložené na dané zásoby – mzdy, materiál, ale i část nákladů nepřímých, jako jsou energie, režijní náklady.

Reprodukční cena (cena podle odborného odhadu) je cena stanovená podle zákona. Používá se v případě, kdy původní cena není známa, například u zásob získaných darem nebo dědictvím, zásob nalezených jako inventarizační přebytek nebo u zásob vložených společníky do společnosti či individuálním podnikatelem do firmy podle odborného posudku. (Mrkosová, 2016)

- Oceňování zásob ve skutečných pořizovacích cenách

Při ručním vedení účetnictví je výhodné ocenit materiál pořizovací cenou v případě, že se cena po delší dobu nemění (dlouhodobé smlouvy s dodavatelem).

- Oceňování v průměrných cenách

Průměrnou cenu materiálu na skladu vypočteme po každé dodávce materiálu. V této ceně zachycujeme poté úbytky materiálu ze skladu. Průměr můžeme počítat jenom v určitých časových intervalech – týdně, nejdéle měsíčně. (Skálová, 2020)

- Technika FIFO

„První do skladu, první ze skladu.“ Pro použití této techniky musíme zaznamenávat pořadí dodávek a jejich ceny. Nejdříve vyskladňujeme materiál, který byl dodaný v první dodávce.

- Technika LIFO

Pohyb zásob „poslední do skladu, první ze skladu.“ Použití této techniky je výhodné při zvyšování cen nakupovaného materiálu. Podle zákona o účetnictví tato technika není povolena. (Skálová, 2020)

2.3.4. Vedení skladové evidence

Účetní jednotka má ze zákona povinnost vést skladovou evidenci zásob. Týká se to také účetní jednotky, která účtuje zásoby způsobem B. Skladová evidence probíhá pomocí skladových karet. Na skladových kartách je vždy uveden přesný název materiálu, datum pořízení zásoby, datum naskladnění, datum vyskladnění, cena a množství zásoby. Evidence se může vést buď ručně, nebo pomocí skladového softwaru.

Postup pohybu zásob ve skladu:

- při každém příjmu zásoby na sklad je nezbytné vytvořit příjemku zásob na sklad,
- při každém výdeji výdejku ze skladu. (Kovalíková, 2006)

Hlavní doklady, které jsou důležité pro evidenci zásob, představují příjemka, výdejka, převodka. Na základě dodacího listu skladník vždy vyhotoví příjemku. Příjemka musí obsahovat údaj o množství, které bylo ve skutečnosti dodáno. Při každém výdeji zásob ze skladu se musí vyhotovit výdejka. Pohyby zásob se zaznamenávají podle příjmelek a výdejek na skladové karty příslušné zásoby. Při výdeji se také vystavuje dodací list, který

je většinou součástí zásilky. Ten slouží skladníkovi k fyzické kontrole množství. (Kovářová, 2006)

2.4. Podpora prodeje, reklama, slevy

Důležitou formou komunikace je podpora prodeje. Ta má za cíl podpořit prodej výrobků a služeb konečným spotřebitelům nebo distribučním článkům prostřednictvím podnětů. Tyto podněty nabízenému výrobku nebo nabízené službě dodávají přidanou hodnotu v neomezeném čase.

Podpora prodeje představuje stimuly, které jsou platné pro celou distribuční cestu – od výrobce až ke konečnému spotřebiteli. Jejím cílem je zvýšení a samotná podpora pohybu zboží. Podpora prodeje je nástrojem, který zrychluje zvýšení prodeje. Této akcelerace můžeme dosáhnout díky vhodným stimulům, jako jsou například peníze, cena či poskytnutý vzorek zdarma. Tyto stimuly pobízí zákazníka k nákupu, návštěvě obchodu a také k pátrání po dalších informacích nebo k jiným aktivitám.

Zvyšující se síla maloobchodů je významným důvodem rozšiřování podpory prodeje. V síti supermarketů a hypermarketů diktuje podmínky právě maloobchod.

Marketingoví odborníci využívají komunikační mix a podpora prodeje představuje jednu jeho částí. Podpora prodeje má specifické vlastnosti, díky kterým může efektivně a účinně plnit velké množství komunikačních cílů lépe než části další.

Podporou prodeje lze dosáhnout následujících cílů:

- vyzkoušení nového výrobku zákazníky,
- opětovného nákupu produktu,
- zvýšeného objemu spotřeby daného produktu,
- ovlivnění zvýšení prodeje výrobků podniku,
- neutralizace marketingových aktivit konkurence.

Rozhodujeme-li se, zda pro komunikaci se zákazníkem využít reklamu nebo podporu prodeje, je důležité zvážit veškeré výhody, omezení i rozdílné vlastnosti těchto forem marketingové komunikace, ale také cíle, jichž chceme dosáhnout. (Světlík, 2016)

2.4.1. Reklama

Reklama představuje specifickou formu podpory prodeje, ale také ne-osobní formu komunikace. S využitím různých médií se snažíme oslovit své současné i potenciální

zákazníky. Cílem je zákazníky informovat a přesvědčit je o užitečnosti námi nabízených výrobků a služeb.

Druhy reklamy

- produktová nebo značková: orientuje se především na produkt, značku, instituci. Jedná se o neosobní formu prodeje výrobků nebo služby;
- institucionální: podpora koncepce, myšlenky, filozofie, odvětví, instituce nebo osoby;
- firemní: omezení nevýrobové reklamy firem, cílem je získat lepší image a dosáhnout vyšších zisků. (Přikrylová, 2010)

Maloobchodní reklama

Maloobchodní reklama je reklama, kterou dělají obchodní jednotky. Je zaměřena na spotřebitelskou veřejnost. Výdaje na reklamu jsou značné a samotná účinnost se různí. Většina malých obchodníků nepovažuje reklamu za důležitou, a nevyužívají proto služeb reklamních agentur. Péče o reklamu je většinou přidělena podřízeným pracovníkům. Ti kromě tohoto úkolu mají svoje vlastní povinnosti. Toto řešení není ideální. Mnohdy se nejedná ani o specialisty. (Přikrylová, 2010)

Níže uvádím hlavní rozdíly mezi reklamou a podporou prodeje.

Reklama:

- vytváří image výrobku,
- má dlouhodobé působení, účinek se dostavuje později,
- spoléhá na emoční apel,
- je zisková v dlouhodobém měřítku.

Podpora prodeje:

- je zaměřena na prodej výrobku,
- výsledek se dostavuje rychle,
- spoléhá na racionální apel,
- je brzy zisková. (Světlík, 2016)

2.4.2. Slevy

Slevy lze poskytovat z mnoha důvodů. Není-li sleva důsledkem reklamace, jde o skonto nebo bonus.

- Bonus:

Jedná se o slevu, kterou poskytuje dodavatel při splnění podmínek odběru určitého množství, a to zpravidla během předem daného období. Výši poskytnutého bonusu většinou určuje hodnota odebraného zboží nebo jeho množství. (Louša, 2012)

- Skonto:

V případě skonta se jedná o poskytnutí slevy dodavatelem z určité konkrétní faktury. Tato faktura musí být zaplacená před dobou splatnosti.

Je zapotřebí rozlišovat, kdy:

- je skonto cenovou podmínkou, která je uplatněna v procesu stanovování fakturační ceny a cena je konečná, např. pokud je dodavatelem poskytována sleva při promptním placení;
- nebo je fakturována cena, na kterou je dodatečně poskytováno finanční zvýhodnění pro zaplacení před lhůtou splatnosti.

Skonto je vázáno k momentu zaplacení. Dodavatel při sjednání ceny počítá s tím, že po celou dobu, kdy nebude mít úhradu, musí cenu dodaných zásob krýt jinými penězi. Skonto můžeme vyjádřit jako úrok. Díky tomu, že odběratel zaplatí dříve, přenáší se část tohoto úrokového zatížení na odběratele. (Louša, 2012)

2.5. Obchodní rizika, škody, ztráty, expirace zboží

2.5.1. Obchodní rizika

Provádění obchodních operací obsahuje řadu rizik, a to jak na straně prodávajícího, tak na straně kupujícího. Vzhledem k zaměření své práce se budu věnovat pouze rizikům na straně prodávajícího. Prodávající nese značná riziko už od začátku své činnosti. Nejprve musí zajistit, aby bylo prodané zboží řádně a včas zapláceno. Ztráta mu přitom může vzniknout nejen vlastní chybou. Na vině může být také politická a ekonomická situace v zemi, kde prodávající podniká, nebo v zemi, v níž sídlí zahraniční podnik, se kterým prodávající spolupracuje. (Záboj, 2010)

Obchodní rizika vyplývají z ekonomických podmínek na trzích a lze je rozdělit následovně:

- **Tržní riziko:**

Toto riziko má tři základní podoby: odbytové riziko, nákupní riziko, riziko změny cenových relací.

V případě odbytového rizika se jedná o možný vznik ztráty u prodávajícího z důvodu neprodejnosti výrobku nebo služby.

Pokud se kupujícímu nepodaří na trhu získat určitý výrobek nebo službu, jedná se o nákupní riziko.

Riziko změny cenových relací upozorňuje na nebezpečí změny cenových relací v probíhajícím obchodním styku.

- **Inflační riziko:**

V takovémto případě může prodávajícítratit nebo naopak dosáhnout zisku v důsledku vývoje inflace.

- **Kurzové riziko:**

Ke změně výsledku obchodní operace může dojít kvůli pohybu kurzů. V takovémto případě mluvíme buď o kurzové ztrátě nebo kurzovém výnosu.

K dalším druhům rizik náleží níže vyjmenovaná rizika:

- **Obchodně politické riziko:**

Toto riziko vzniká v důsledku obchodně-politických opatření v případě, že v určité zemi dochází ke změně hospodářských podmínek. Může se pak stát, že podnik nedosáhne predikovaných výsledků. Do této skupiny patří embarga – opatření absolutně bránící dovozu zboží či služeb a také prostředky, které dovoz zatěžují (cla, daně, dovozní kvóty).

e. Politické riziko:

Nebezpečí vzniku ztrát může nastat v důsledku politických událostí nebo politického vývoje (občanské nepokoje, válka) může představovat nebezpečí vzniku ztrát.

f. Komerční riziko:

Může se jednat o riziko nedodání zboží, riziko nepřevzetí zboží nebo riziko odmítnutí zaplacení ze strany kupujícího.

Intenzita dopadu rizik je dána dvěma faktory – spolehlivost obchodního partnera, výše právního zajištění.

Výše jmenovaným rizikům lze zamezit vhodným výběrem obchodního partnera. Někdy se ale objeví rizika, která ovlivnit nelze. (Záboj, 2010)

2.5.2. Škody na zásobách

Škodou se dle § 28 Vyhlášky „rozumí fyzické znehodnocení, to je neodstranitelné poškození nebo zničení, dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku a zásob, a to z objektivních i subjektivních příčin“. Škody definuje zákon o daních z příjmů podobně v § 25 odst. 2. Za škodu není považováno ztratné v maloobchodě a nezaviněné úhyny zvířat. Škody ovlivní účtování na analytických účtech. Na jiném analytickém účtu bude poté účtován náklad na daňově uznatelné škody.

Účetní jednotka má možnost stanovit vnitřním předpisem normy přirozených úbytků zásob. Pokud tyto normy stanoví, pak se inventurní rozdíly zjištěné v rámci této normy považují za spotřebu zásob. Tu také účtujeme.

Nevíme-li, jak velké normy přirozených úbytků máme stanovit, může nám pomoci výsledek po sobě následujících inventur. Záleží také na tom, zda je možné z něj odvodit přirozený úbytek. (Louša, 2012)

Podobně jako manka účtujeme škody na zásobách, které vznikly například fyzickým znehodnocením, na účet 549 – Manka a škody z provozní činnosti. Škody vzniklé živelními pohromami, jako jsou povodně či krupobití, účtujeme také na účet 549. (Mrkosová, 2016)

K neodstranitelné škodě na zásobách může dojít také z důvodu zavinění osoby. Potom se předpis náhrady za tuto škodu zaúčtovává ve prospěch účtu 648 – Ostatní provozní výnosy. (Louša, 2012)

Pokud byla škoda způsobena neznámým pachatelem a nebude uhrazena pojišťovnou, účtuje se na základě potvrzení policie škoda účtována na účet 549 jako daňově uznatelná. (Louša, 2012)

2.5.3. Inventarizační rozdíly

Podle zákona o účetnictví musí účetní jednotky ověřovat skutečný stav zásob se stavem účetním pomocí inventarizace. Tato operace se provádí ke dni řádné účetní závěrky i ke dni mimořádné účetní závěrky. Skutečný stav zásob zjišťujeme fyzickou inventurou. Zjištěný stav zaznamenáváme v inventurních soupisech. Ke dni účetní závěrky provádějí účetní jednotky fyzickou inventuru zpravidla během posledního čtvrtletí účetního období.

Inventarizační rozdíl je výsledek porovnání skutečného a účetního stavu. Tento rozdíl musí být zaúčtován do účetního období, ve kterém byl zjištěn.

Rozlišují se dva typy inventarizačních rozdílů: manko nebo přebytek. (Mrkosová, 2016)

Manko

Manko nastává, je-li skutečný stav zásob nižší než účetní stav. Vzniklý rozdíl nelze doložit účetním dokladem ani prokázat jiným způsobem.

Podle povahy manka a podle odpovědnosti zaměstnanců za zásoby rozlišujeme:

- manko nezaviněné do výše norem přirozených úbytků,
- ostatní manka.

Ostatní úbytky zásob nad stanovenou normu představují:

- manka nad normu přirozených úbytků,
- zaviněná manka do výše norem přirozených úbytků.

Tato manka musí projednat inventarizační komise, která se usnese na míře zavinění odpovědných osob a určí výši náhrady.

Přebytek

Přebytkem rozumíme skutečnost, kdy je stav zjištěný fyzickou inventurou vyšší než účetní stav. Přebytek účtujeme jako výnos na účet 648 – Ostatní provozní výnosy. (Mrkosová, 2016)

2.5.4. Expirace zboží

Expirace neboli doba životnosti zásob je významným znakem, který ovlivňuje ztráty nebo výnosy zásob.

Jedná se o kvalitativní či morální zastarání způsobené snížením prodejnosti zboží nebo jeho neprodejností.

Výrobky, jimž skončila doba životnosti, nemůžeme nabízet jako plnohodnotné zboží. Tento problém lze vyřešit výprodejem za snížené ceny. Musí nám ho ale dovolit kvalita výrobku. Případně musíme výrobek odepsat a zlikvidovat.

Abychom maximálně zabránili vzniku skladových zásob s končící dobou expirace, je nezbytné mít dobře zorganizovaný sklad. Je potřeba poučit a zainteresovat zaměstnance skladu na tom, aby zboží ze skladu vyskladňovali od nejstaršího data k nejmladšímu tedy v podstatě aplikovat ve skladu účetní metodu FIFO – první do skladu, první ze skladu. (vlastní zpracování)

2.6. Využití účetních výkazů k analýze obchodní činnosti ve vybraném maloobchodě, vyhodnocení využití možností podpory prodeje a eliminace obchodních rizik

2.6.1. Finanční analýza

V současné době dochází v ekonomickém prostředí ke změnám. Jelikož firmy jsou součástí tohoto prostředí, dochází ke změnám také v nich. Úspěšná firma se bez neobjede rozboru své finanční situace. Jako nejpoužívanější rozborová metoda se uvádějí finanční ukazatele. Tato metoda se zpracovává v rámci finanční analýzy a využívá se při hodnocení úspěšnosti finanční strategie firmy, která navazuje na ekonomické prostředí.

Finanční analýzu si můžeme představit jako systematický rozbor dat, jež jsme získali z účetních výkazů. Finanční analýza se sestavuje především proto, abychom mohli připravit podklady pro kvalitní rozhodování o fungování firmy. Proto existuje vazba mezi účetnictvím a rozhodováním o společnosti.

Z pohledu finanční analýzy nám účetnictví poskytuje přesné hodnoty peněžních údajů. Tyto údaje se vztahují pouze k jednomu časovému okamžiku. Abychom mohli tyto údaje využít pro hodnocení společnosti, musí být zpracovány pomocí finanční analýzy. (Růčková, 2019)

2.6.2. Zdroje informací pro finanční analýzu

Kvalita informací velice závisí na použitých vstupních informacích. Podle toho poznáme, jak kvalitní tato finanční analýza bude. Informace by měly být nejen kvalitní, ale také komplexní. Základní data obdržíme právě z účetních výkazů.

2.6.3. Účetní výkazy

Účetní výkazy poskytují informace mnoha uživatelům. Výkazy lze rozdělit na dvě základní části: finanční účetní výkazy a vnitropodnikové účetní výkazy.

Finanční účetní výkazy považujeme za externí výkazy. Poskytují informace především externím uživatelům a dávají jim přehled o stavu a struktuře majetku, zdrojích krytí, tvorbě a užití výsledku hospodaření a peněžních tocích. Jedná se o základní informace pro firemní finanční analýzu. Tyto výkazy jsou veřejně dostupné. Firma má povinnost zveřejňovat výkazy jedenkrát ročně. (Růčková, 2019)

Vnitropodnikové účetní výkazy nemají právně závaznou úpravu. Slouží k interním potřebám každé společnosti a k upřesnění výsledků finanční analýzy. Vnitropodnikové účetní výkazy umožňují eliminaci rizika odchylek od skutečnosti. Jedná se o výkazy s častější frekvencí sestavení. Tyto výkazy umožňují vytvářet podrobnější časové řady.

Hlavním úkolem finanční analýzy je ověřit obchodní zdatnost firmy a udržet majetkovou a finanční stabilitu. Abychom mohli zpracovat finanční analýzu, potřebujeme tyto účetní výkazy:

- rozvahu,
- výkaz zisku a ztráty,
- přehled o peněžních tocích,
- výkaz o změnách vlastního kapitálu. (Růčková, 2019)

2.6.4. Vyhodnocení efektivity podpory prodeje

Efektivita podpory prodeje by měla splňovat tyto cíle:

- zvýšit prodej námi propagovaného výrobku,
- zvýšit jeho spotřebu,
- motivovat zákazníky ke koupit právě našeho výrobku.

Vyhodnocení efektivnosti přináší informace o úspěšnosti.

Existují tři způsoby vyhodnocení úspěšnosti:

- Zhodnocení prodejních dat: Hlavním cílem je zvýšit prodej našeho produktu. Při tomto vyhodnocení nám získaná prodejní data pomůžou před samotným spuštěním prodeje, v jeho průběhu a také po skončení programu na podporu prodeje. Prodejní data lze získat z různých zdrojů.
- Zhodnocení pomocí spotřebitelského průzkumu: Efektivitu podpory prodeje lze zjistit také prostřednictvím dotazování spotřebitelů na to, jak vnímají náš produkt. Zpětné hodnocení průzkumu poskytuje informace o změnách sledovaných hodnot.
- Zhodnocení pomocí experimentů. (Kotler, Keller, 2013)

2.6.5. Eliminace obchodních rizik

Metody snižování rizik

S existencí rizika je třeba počítat jak v podnikání, tak při řízení jiných složitějších subjektů s nepředvídatelným chováním. Některá rizika je možné přesunout, jiná zase zadržet. Někdy je lepší se riziku vyhnout, někdy ho zredukovat.

Charakteristiky každého rizika nám pomůžou určit, které z uvedených nástrojů jsou v konkrétní situaci pro řízení rizik vhodné. Příslušný nástroj bychom měli volit podle toho, zda se jedná o nejvhodnější a nejméně nákladný způsob dosažení cíle. Cíle můžeme dosáhnout buď snížením rizika, nebo jeho eliminací. Výstupy z hodnocení rizik nám do budoucna pomáhají při výběru vhodného nástroje pro zvládnutí daného rizika.

Metody snižování podnikatelského rizika

- Ofenzivní řízení firmy:

Management firmy má schopnost zásadním způsobem ovlivnit podnikatelské riziko. Manažeři musí umět rozpoznat rizika, která by mohla jejich firmu ohrozit a musí také vědět, s pomocí kterých metod a jakými cestami lze riziko snížit.

Nejlepším způsobem preventivní ochrany před podnikatelským rizikem ve firmě je ofenzivní řízení, které se vyznačuje:

- volbou vhodné strategie rozvoje firmy a její správnou implementací (konkurenční výhoda firmy – lídr v nákladech), přičemž volbě předchází strategická analýza;
- preferováním silných stránek podniku a jejich rozvojem;
- dosahováním pružnosti – rychlými reakcemi na změny interního i externího prostředí.

Retence rizika

Nejběžnější metodou řešení rizik je podstoupení (retence). Podstoupení rizik může být vědomé či nevědomé. Pokud podnikatel riziko rozpozná, jedná se o vědomou retenci. V tomto případě neuplatňujeme žádný nástroj. Pokud riziko nerozpoznáme, je nevědomě zadrženo. V takovém případě podnikatel zadrží následky ztráty. (Smejkal, Rais, 2013)

Retence může být také dobrovolná nebo nedobrovolná. Za dobrovolnou retenci označujeme takovou, kdy riziko rozpoznáme a také souhlasíme se ztrátou v něm obsaženou. Pokud jsou rizika zadržena a firma o tom neví, mluvíme o nedobrovolné retenci.

Podstoupení rizik představuje legitimní metodu řešení. Často se jedná o metodu nejlepší. Rozhodnutí závisí na jednotlivých společnostech – každá společnost si určuje, která rizika zadrží, která zredukuje a kterým se vyhne. Při tomto rozhodování jsou důležitými kritérii: výše finančních rezerv firmy nebo schopnost nést ztrátu. (Smejkal, Rais, 2013)

Redukce rizika

Při redukci vybíráme opatření, která jsou:

- účinná – snižují riziko na přijatelnou úroveň,
- přijatelná – z hlediska regulačních opatření, etiky, ekologie apod.,
- efektivní – s akceptovatelnými náklady,
- včasná – před naplněním hrozby.

Při výběru opatření a také během jejich zavádění je nutno počítat s různými omezeními.

Jedná se o tato omezení:

- časová,
- finanční,
- technická,
- provozní,
- kulturní,
- etická,
- ekologická,
- právní.

Transfer rizika na jiné podnikatelské subjekty

Na rozdíl od ofenzivního způsobu řízení, při němž se snažíme odstranit příčiny rizika (například snahou zbavit se pomocí ekonomické síly konkurence na trhu), řadíme přesun rizika mezi metody, které mají k riziku defenzivní přístup.

Mezi nejčastější přesuny rizika patří:

- uzavření dlouhodobých kupních smluv na dodávky surovin za předem stanovené ceny (eliminace cenových rizik),
- uzavření komisionářských smluv, na jejich základě je nutné odebrat minimální množství,
- uzavření smluv, které odběrateli zajistí dodávku v určené kvalitě a v předem dohodnutém čase,
- termínové obchody,
- leasing,
- odkup pohledávek – faktoring, forfaiting,
- akreditiv, inkaso, bankovní záruka.

Uvedené metody musí respektovat podmínky transferu rizika ze strany ekonomicky silnějšího obchodního partnera.

Nejrozšířenější formu financování představují v České republice dodavatelské úvěry. Odběratel získává peníze dobrovolně prostřednictvím uzavřené smlouvy. Nejžádanějšími službami jsou faktoring a forfaiting. (Smejkal, Rais, 2013)

2.6.6. Faktoring

Faktoring řadíme mezi nástroj finančního řízení. Existuje již tisíce let. Mezi moderní faktoring patří například platební karty – MasterCard, Visa nebo American Express. V okamžiku, kdy majitel karty platí obchodníkovi, je firmou vyrovnán účet. Firma si ponechává určité procento z objemu transakce jako poplatek. Majitel, držitel karty, zaplatí firmě později.

Na stejném principu je založený také obchodní faktoring. Podnik prodá zákazníkovi produkt či službu a vystaví fakturu s určitou dobou splatnosti. Prodávající má pouze dvě

možnosti. Může počkat, až mu zákazník zaplatí, nebo pohledávku prodá zprostředkovateli (faktorovi). Faktor zaplatí prodejci za pohledávku, zpravidla ihned, a od daného zákazníka ji dostane zaplacenou až později. (Smejkal, Rais, 2013)

2.6.7. Forfaiting

Forfaiting se řadí k metodám střednědobého nebo dlouhodobého financování provozních úvěru. Je založen na principu odprodeje vývozní pohledávky, kterou zajišťují vhodné úvěrové nástroje.

Pohledávky odkupuje forfaitingová společnost, která se tak stává jejich vlastníkem se všemi souvisejícími riziky. Pohledávky jsou zajištěny bankovní zárukou, dokumentárním akreditivem. Riziko inkasa na sebe bere společnost zajišťující forfaiting. Výše pohledávky není nijak limitována.

Rozdíl mezi forfaitingem a faktoringem spočívá v tom, že převzetí pohledávky forfaiterem je bezregresní. Riziko neuhrazení závazku nese forfaiter sám.

2.6.8. Pojištění

Pojištění je nejstarší formou transferu rizika je pojištění. Jedná se o směnu rizika škody za jistotu malé ztráty. Negativní důsledky rizika plynoucí z budoucí nepříznivé situace se přenášejí na pojišťovnu. Pojišťovna pokrývá škody zcela nebo částečně. V dnešní době převažuje zejména majetkové pojištění. Pojišťující se obchodní společnost platí pojišťovně poplatky (pojistné). Pořízení pojišťovacích služeb spočívá v rozprostření rizika pojistné události na velký počet pojištěných subjektů. (Smejkal, Rais, 2013)

2.7. Současné trendy v maloobchodě

Maloobchod byl a v současnosti ještě mnohdy také je považován za činnost typicky lokální nebo regionální. Obecně lze říct, že se jedná o podnikání na daném území nebo v dané lokalitě.

Ve druhé polovině 20. století se toto pojetí maloobchodu začalo výrazně měnit, což bylo dáno internacionalizací obchodního podnikání, zvyšováním životní úrovně a změnou životního stylu. Ruku v ruce s uvedenými změnami se měnily nákupní zvyklosti. Začaly vznikat velkoplošné prodejny typu supermarket nebo hypermarket.

Zvyšující se konkurence obchodních firem se postupně stávala realitou a začal boj o zákazníka. Úspěšnost firem je dnes založena na snaze získat co nejvíce zákazníků. Protože trhy jsou v podstatě rozděleny, firmy se snaží přetáhnout zákazníky jiným velkým nebo malým obchodním firmám. Výsledkem konkurence je diskontní zaměření činnosti a relativní snižování prodejních cen. Tento vývoj vede k novým formám a novému zaměřování maloobchodní činnosti, například k:

- dominanci a diverzifikaci obchodních firem,
- vertikální kooperaci,
- horizontální kooperaci,
- zesílení dominance vlastní značky maloobchodu,
- podpoře koncentrace prostřednictvím informatiky a logistiky.

2.7.1. Dominance a diverzifikace obchodních firem

Jak již bylo zmíněno v úvodu, obchod se snaží získat zákazníka. Prodejci využívají nespočet možností, jak prezentovat zboží. Přestože dochází k nárůstu objemu prodeje, řada obchodních organizací však krachuje. Aby firmy tomuto trendu zabránily, snaží se spojovat síly a hledat další zdroje kapitálu k rozvoji i nové trhy pro svou realizaci, zavádějí formy specializace sortimentu i specializaci činností. Na trhu se prohlubuje již tak ostrá konkurence a obchodní firmy i maloobchodní sítě se čím dál častěji shlukují. Dochází ke změně jejich struktury ve směru k větším organizacím a také se mění struktura mezi jednotlivými odvětvími. (Pražská, Jindra & kol., 2002)

Světovou jedničkou v konkurenceschopnosti maloobchodního trhu na světě jsou stále Spojené státy americké. Je tomu tak hlavně díky malým bariérám omezujícím vstup na trh. Kapitál i pracovní síly jsou zde levné a lehce dostupné. V poslední době byly v USA navíc odstraněny další překážky bránící v podnikání. Maloobchodní řetězce můžou mít otevřeno sedm dní v týdnu, 24 hodin denně.

V Evropě například stále platí restrikce v délce otevírací doby. Ceny realit jsou velmi vysoké a mezi evropskými zeměmi existují rozdílná pravidla, a proto jsou maloobchodní struktury velmi rozmanité. Firmy stále více expandují do zahraničí a snaží se budovat pobočky po celé Evropě, neboť v tom vidí předpoklad udržení růstu.

Omezení regulace retailingu v 80. letech 20. století vedlo k tomu, že nejmodernější prodejní jednotky v Evropě má dnes Velká Británie. Přitom má nejvyšší obchodní marže. Je to dáno i díky volnějším podmínkám v oblasti finančnictví, neboť britské podniky mají nejpokročilejší dodavatelské systémy. Velká Británie je o krok napřed před dalšími evropskými zeměmi také kvůli tomu, že zde značnou část levné pracovní síly tvoří imigranti. (Pražská, Jindra & kol., 2002)

2.7.2. Obchodní kooperace

Kooperace je sdružení vlastníků menších společností s cílem získat konkurenční výhodu na trhu. Tu představuje možnost nákupu za nízké ceny, ale také zvýšení prodeje.

2.7.3. Vertikální kooperace

Vertikální kooperace je založena na vztahu dodavatel – odběratel.

Vertikální kooperace má čtyři hlavní formy:

- nákupní družstvo a svaz,
- dobrovolný řetězec,
- franchisingový řetězec,
- nákupní centrála.

První historickou formou kooperace byla nákupní družstva, která sloužila jako velkoobchodní zařízení obchodníků, ale také především jako prodejní zařízení výrobců v potravinářském odvětví. (Pražská, Jindra & kol., 2002)

Vlastníky prodejen byli jednotliví majitelé, nezávislí na řetězci. Výhodou dobrovolných řetězců je centrální nákup ve velkém množství.

Za účelem zajištění stálosti partnerů v oblasti maloobchodu se začal rozvíjet franchising. Dodavatel systému (franchisor) na základě dlouhodobé smluvené spolupráce poskytuje samostatnému partnerovi (franchisant) za úhradu právo poskytovat zboží a služby při použití názvu firmy, značky zboží atd. Veškeré obchodní vztahy jsou uvedeny ve smlouvě, která stanovuje vzájemná práva a povinnosti uvedeny.

Nejvyšší stupeň vertikální kooperace představují nákupní centrály. Členy nákupních centrál jsou většinou velké maloobchodní společnosti, obchodní domy a obchodní kooperace. Společné zájmy zaměřují na:

- nákup velkých objemů zboží za výhodné ceny,
- rozšíření sortimentu zboží do více zemí,
- zavedení evropských značek, které budou prodávat ve vlastních sítích.

2.7.4. Horizontální kooperace

Horizontální kooperace představuje spolupráci firem na úrovni logistického pohybu zboží na určitém území s cílem zvýšení prodeje a snížení nákladů. Zjednodušeně organizovanou spolupráci firem nazýváme maloobchodní kooperací. Firmy se touto spoluprací snaží snížit náklady.

Tuto formu spolupráce lze najít zejména na určitých místech, jako jsou například obchodní ulice, náměstí atd. Důležité je pro zákazníky zajistit dostatečné množství parkovacích míst, úklid, úpravu okolí a také bezpečnost. Vrcholem spolupráce je provoz a výstavba společného obchodního domu. Ten zákazníkům umožňuje plnosortimentní nákup na jednom místě. Každá firma, která je součástí tohoto domu, provozuje svou část na svůj účet. První společné domy vznikaly již v 60. letech 20. století ve Švédsku, u nás byl prvním obchodním domem Ještěd v Liberci. (Pražská, Jindra & kol., 2002)

Vlastní značky maloobchodu zesilují dominanci

Velké obchodní firmy v poslední době prodávají stále více druhů zboží pod svojí vlastní značkou. Zboží vlastní značky poskytuje dvě výhody: zaprvé posiluje image vlastní firmy a za druhé přináší větší výnosy. Firmy s vlastní značkou si o ceně rozhodují samy. Také

jím klesají náklady na reklamu a mohou flexibilně měnit výrobce. Používání vlastní značky je nejrozšířenější ve Velké Británii.

Informatika a logistika podporují koncentraci

Důležitými faktory zajišťujícími dobré fungování firmy a její rychlý rozvoj jsou úspěšné logistické principy a výborné informační technologie. Pokud se v minulých letech vyprodal některý druh zboží, obchodní manažer ho objednal. Spoléhal se na dodavatele. Někdy ovšem tento systém selhal a manažer objednané zboží nedostal.

V dnešní době patří mezi nejdůležitější logistické systémy systém just-in-time. Jedná se o systém, který je založen na tom, že firma nemá vlastní sklady. Má pouze pohotovostní zásobu zaručující, že nedojde k zastavení výroby nebo prodeje. Povinnost zajistit dostatek potřebných výrobků či zboží je přenesena na dodavatele. Na něm záleží, jakým způsobem si zajistí, aby dodávky podle smlouvy byly odběrateli k dispozici v potřebném množství, kvalitě a čase. (Pražská, Jindra & kol., 2002)

3. Cíl a metodika práce

3.1. Analyzovaná obchodní společnost

- Analyzovanou obchodní společností je maloobchodní společnost Austro-tool spol. s r.o., která se zabývá nákupem a následným prodejem brusiva a brusných prostředků.

3.2. Hlavní cíl

- Analýza evidence a řízení zásob, její následné hodnocení a vytvoření návrhu na zlepšení evidence zásob a využití finančních výkazů.

3.3. Hypotézy

- Účetnictví je řádně vedeno podle zákona o účetnictví a příslušné vyhlášky.
- Evidence a řízení zásob jsou vedeny odpovídajícím způsobem.
- Veškeré obchodní případy jsou vedeny tak, aby při nich nemohlo docházet k chybovosti.
- Program Pohoda je využíván v rozsahu všech nabízených funkcí.

3.4. Použité metody

- Analýza vnitropodnikových předpisů a účetních výkazů.
- Dotazování vedení společnosti a pověřených pracovníků.
- Modelové postupy pro zvýšení obrátu a zlepšení administrativních postupů společnosti.
- Pozorování způsobu řízení.

3.5. Zdroje informací

- Odborná literatura a další publikace zabývající se příslušnou problematikou.
- České účetní standardy pro podnikatele.
- Zákon o účetnictví č. 563/1992 Sb., vyhláška č. 500/2002 Sb., pro podnikatele.
- Interní informace a směrnice obchodní společnosti.
- Jiné zdroje.

4. Praktická část

4.1. Charakteristika zkoumaného objektu

Firma Austrotool spol. s r.o. byla založena a zapsána do obchodního rejstříku již v roce 1991. Od samého začátku se orientovala na velkoobchodní a maloobchodní prodej brusiva a náradí a zastupování zahraničních výrobců tohoto sortimentu na českém a slovenském trhu. Pro některé zahraniční partnery, jako např. firmy Wendt, Marcris či Karbosan je Austrotool odbytovou organizací pro Českou republiku a Slovensko. Postupem času se vzhledem k vývoji na trhu začala v prodejním sortimentu stále více začala prosazovat nabídka brusiva a brusných a leštících prostředků.

Firma v současné době pro evidenci skladových zásob a fakturaci v současné době používá účetní systém Pohoda. Vedení účetnictví si firma z praktických důvodů nechává zpracovávat externě u firmy Ambrož Consulting s.r.o.

Obchodní firma: Austrotool

Právní forma: společnost s ručením omezeným

Sídlo: J. Bendy 1388/34, 370 05 České Budějovice 2

Den vzniku: 30.8.1991

IČO: 14501481

Předmět podnikání:

- vývoz a dovoz, velkoobchod a maloobchod zbožím
- zprostředkování obchodních zakázek jménem svým i cizím
- vykonávání všech ostatních činností a právních jednání, která mohou prospívat výše jmenovaným činnostem a právním jednáním
- účast na ostatních podnicích a jejich vedení a zastupování
- koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej
- zprostředkovatelská činnost, správa a údržba nemovitostí

Maloobchodní prodejna: J. Bendy 34, 370 05 České Budějovice

4.2. Daňové zatížení

Společnost Austrotool je stejně jako všechny ostatní právnické osoby povinna plnit daňové povinnosti vyplývající z její podnikatelské činnosti. V rámci analytických činností prováděných pro bakalářskou práci bylo zjištěno, že ze všech daní, které jsou právnické osoby povinny platit, se firmy Austrotool týkají pouze daně uvedené dále:

- daň z přidané hodnoty,
- daň z příjmů právnických osob,
- silniční daň,
- daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti (dále pouze termín daň ze mzdy),
- zdravotní a sociální pojištění,
- srážková daň z výplaty podílu společníka na zisku.

a. Daň z přidané hodnoty

Společnost Austrotool ze své hlavní činnosti, kterou je vývoz, dovoz, velkoobchod a maloobchod se zbožím odvádí daň z přidané hodnoty ve výši 21 %. Dále společnost poskytuje ubytovací služby a z této činnosti odvádí daň z přidané hodnoty ve druhé snížené sazbě ve výši 10 %.

b. Daň z příjmů právnických osob

Tato daňová povinnost ve výši 19 % ze základu daně má přímou návaznost na vypracování daňového přiznání. Společnost Austrotool si jako zdaňovací období zvolila kalendářní rok. Přiznání k dani z příjmů právnických osob na základě účetních podkladů zpracovává externí účetní společnost Ambrož Consulting s.r.o. Podobně jako jiné společnosti i společnost Austrotool v rámci svých možností využívá zákonem povolené daňové optimalizace.

c. Silniční daň

Společnost Austrotool má ve vlastnictví osobní automobil. Zejména pro akviziční činnost povolila společnost obchodnímu zástupci pro služební účely používat jeho vlastní motorové vozidlo. Za obě tato vozidla společnost odvádí silniční daň podle zákona o silniční dani.

d. Daň ze mzdy

Společnost Austrotool odvádí za své zaměstnance měsíčně zálohy na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti. Sazba této daně činí 15 % z hrubé mzdy zaměstnance.

e. Zdravotní a sociální pojištění

Další daní, kterou je společnost povinna odvádět za sebe i za své zaměstnance je zdravotní a sociální pojištění. Výpočet se provádí automaticky při zpracování mezd.

f. Srážková daň z výplaty podílu společníka na zisku

Pokud je valnou hromadou rozhodnuto o výplatě podílu na zisku pro společníky, je společnost povinna v okamžiku výplaty zdanit a odvést finančnímu úřadu srážkovou daň z tohoto podílu ve výši 15 %.

4.3. Zpracování obchodního případu a zaúčtování s ním spojených účetních operací

Ve společnosti Austrotool spol. s r.o., mají léta zavedenou praxi se zpracováním obchodních případů, vycházející ještě ze systému ručních skladových karet. Tento způsob byl postupem času přizpůsoben možnostem využití výpočetní techniky. Firma začala v polovině 90. let minulého století využívat tehdy existující programy pro vedení skladové evidence. Tehdy ve firmě používaný program neměl přímou vazbu na účetnictví. Vedení účetnictví bylo předáno specializované firmě.

Od té doby se část níže popsaného obchodního případu zpracovává ručně a část za pomoci softwaru Pohoda. Mezi ručně zpracovávané části patří přijetí poptávky a její zpracování, vytvoření nabídky a evidence těchto dokladů a činností až do vytvoření příjemky zboží. Systém Pohoda přichází ke slovu až pro vytvoření karty nového zákazníka, nové karty zboží a příjemky, výdejky zboží a vytvoření faktury na základě předchozích provedených úkonů. Veškerá komunikace mezi odběrateli, dodavateli a společností Austrotool probíhá externí e-mailovou komunikací nebo telefonicky. O řadě kroků neexistují centrálně uložené záznamy.

Aby tento zavedený způsob mohl správně fungovat, měla by celý obchodní případ od začátku až do konce zpracovávat jedna osoba. V případě, že do procesu vstoupí osoba další, může dojít k chybám v důsledku nepředání všech potřebných informací, které nejsou nikde zaznamenány.

Přítom systém Pohoda, používaný pro vyřizování části obchodního případu, umožňuje zpracování obchodního případu od prvopočátku až po jeho uzavření. Pro potřeby firmy bylo navrženo řešení v podobě zpracování vzorového fiktivního obchodního případu s demonstrací postupu. Veškeré informace k obchodnímu případu jsou uloženy na jednom místě a kdokoliv nový do obchodního případu vstoupí, má k dispozici veškeré informace potřebné pro pokračování obchodního případu, aniž by musel kontaktovat osoby, které na případu pracovaly.

Vzhledem k tomu, že firma si nepřála uvádět jména konkrétních zákazníků a výrobců, používám fiktivní názvy a údaje. Položky zboží a ceny jsou reálné.

Dodavatelé:

Zákaznické údaje: Kotouč, s.r.o.

sídlo: Nad jezem 25, 650 04 Velké Meziříčí

IČO: 54986751

DIČ: CZ54986751

Zákaznické údaje: Brusný, s.r.o.

sídlo: Na Zavadilce 1, 450 01 Pardubice

IČO: 3685741

DIČ: CZ3685741

Brusné prostředky

- řezací kotouč 125×1,0×22,2 na nerezový materiál
- brusný kotouč 125×6,0×22,2 na nerezový materiál
- radiální stokový kartáč 70×6×6 na nerezový materiál
- brusný pás 100×2000 mm K40 keramické brusivo
- brusný stokový kotouč 50×30×6 K80

Doporučený postup zpracování obchodního případu včetně zaúčtování

Firma obdržela od společnosti Alfa beta, s.r.o., poptávku na dodávku brusiva. Náhledem do adresáře bylo zjištěno, že se jedná o nového zákazníka. V programu Pohoda byla v agendě Adresář založena karta firmy Alfa beta, s.r.o. Poptávané položky nebyly nalezeny ve skladové evidenci. Bylo nutno pro ně vytvořit nové skladní karty.

Poté byl do agendy Přijaté poptávky zaevidován požadavek firmy Alfa beta, s.r.o. (obrázek č. 1 – Přijaté poptávka). Takto vytvořený doklad bude základem pro vytvoření všech ostatních dokladů pro tento obchodní případ. Software Pohoda totiž umožňuje vytvářet jednotlivé doklady tzv. „překlápěním“ ze základního dokladu.

Obrázek 1: Přijatá poptávka

PŘIJATÁ POPTÁVKA č. 01/2020

AUSTROTOOL spol. s r.o. Dodavatel: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5 IČ: 14501481 DIČ: CZ14501481 Telefon: 721 821 303 E-mail: prodejna@austrtool.cz www.austrtool.cz		Provozovna: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5		Odbíratel: IČ: 1234567 DIČ: CZ1234567 Alfa beta, s.r.o. Okružní 77 370 01 České Budějovice 1 Tel.: 758 968 120		
Poptávka č.: 01/2020 Datum zápisu: 02.10.2020 Platno do:		Konečný příjemce:				
Poptávka po brusných prostředcích						
Označení dodávky	Množství	J.cena	Sleva	Cena %DPH	DPH	Kč Celkem
Řezací kolbuč 125x1,0 XT 70 nerez	1.000 ks	0,00	0,00	21%	0,00	0,00
Brusný kolbuč 125x6,0x22,2	200 ks	0,00	0,00	21%	0,00	0,00
Radialní stolový kartáč 70x6x6 na nerezový materiál vln drát 0,2 mm	100 ks	0,00	0,00	21%	0,00	0,00
Brusný pás 100x2000 mm K40 keramické brusivo	50 ks	0,00	0,00	21%	0,00	0,00
Brusný stolový kolbuč 50x30x6 K80	100 ks	0,00	0,00	21%	0,00	0,00
NEPLATNÉ				0,00	0,00	0,00
Součet položek CELKEM K ÚHRADĚ						0,00
Vystavil:						
Ekonomický a informační systém POHODA Start						

Zdroj: vlastní zpracování

Dalším krokem bylo vytvoření naší poptávky k výrobcům (obrázek č. 2 – Poptávka) a její následné odeslání dvěma dodavatelům.

Obrázek 2: Poptávka

AUSTROTOOL spol. s r.o.		POPTÁVKA č. 1/2020	
Odběratel: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5 IČ: 14501481 DIČ: CZ14501481 Telefon: 721 821 303 E-mail: poptejna@austrotool.cz www.austrotool.cz		Dodavatel: IČ: 54986751 DIČ: CZ54986751 Kotouč, s.r.o. Nad jezem 25 650 04 Velké Meziříčí Tel:	
Provozovna: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5			
Poptávka č.:	1/2020		
Datum zápisu:	02.10.2020		
Poptávka po následující položce			
Označení dodávky		Množství	MJ
Řezací kotouč 125x1,0 XT 70 nerez		1 000	ks
Bruzny kotouč 125x6,0x22,2		200	ks
Bruzny složkový kotouč 50x30x6 K80		100	ks
NEPLATNÉ			
Vystavil:			
Ekonomický a informační systém POHODA Start			

Zdroj: vlastní zpracování

Během několika dní firma Austrotool obdržela nabídky od výrobců. Ty byly uloženy do agendy Přijaté nabídky (obrázek č. 3 – Přijátá nabídka).

Obrázek 3: Přijátá nabídka

AUSTROTOOL spol. s r.o.		PŘIJATÁ NABÍDKA č. 01/2020				
Odbíratel: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5 IC: 14501481 DIČ: CZ14501481 Telefon: 721 821 303 E-mail: prodejna@austrotool.cz www.austrotool.cz		Dodavatel: IC: 54986751 DIČ: CZ54986751 Kotouč, s.r.o. Nad jezem 25 650 04 Velké Meziříčí Tel.:				
Provozovna: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5						
Nabídka č.: 01/2020 Datum zápisu: 05.10.2020 Platno do:						
Nabídka na brusné prostředky						
Označení dodávky	Množství	J.cena	Sleva	Cena %DPH	DPH	Kč Celkem
Řezací kotouč 125x1,0 XT 70 nerez	1 000 ks	9,50		9 500,00 21%	1 995,00	11 495,00
Brusný kotouč 125x6,0x22,2	200 ks	19,30		3 860,00 21%	810,60	4 670,60
Brusný stolový kotouč 50x30x6 K80	100 ks	58,50		5 850,00 21%	1 228,50	7 078,50
Součet položek				19 210,00	4 034,10	23 244,10
CELKEM K ÚHRADĚ						23 244,10
NEPLATNÉ						
Vystavil:						
Ekonomický a informační systém POHODA Start						

Zdroj: vlastní zpracování

V agendě Vydané nabídky byla obratem vytvořena nabídka (obrázek č. 4 – Nabídka) pro společnost Alfa beta, s.r.o. a odeslána ze systému Pohoda.

Obrázek 4: Nabídka

Označení dodávky		Množství	J.cena	Sleva	Cena %DPH	DPH	Kč Celkem
Řezací kolouč 125x1,0 XT 70 nerez		1 000 ks	14,25		14 250,00	2 992,50	17 242,50
Bruzny kolouč 125x6,0x22,2		200 ks	28,95		5 790,00	1 215,90	7 005,90
Radialní stolový kartáč 70x6x6 ne nerezový materiál vln dřev 0,2 mm		100 ks	141,75		14 175,00	2 976,75	17 151,75
Bruzny pás 100x2000 mm K40 keramické brusivo		50 kg	322,50		16 125,00	3 386,25	19 511,25
Bruzny stolový kolouč 50x30x6 K80		100 ks	87,75		8 775,00	1 842,75	10 617,75
Součet položek CELKEM K ÚHRADĚ					59 115,00	12 414,15	71 529,15

NEPLATNÉ

Dodavatel:
AUSTROTOOL spol. s r.o.
 J. Bendy 34
 370 05 České Budějovice 5
 IČ: 14501481
 DIČ: CZ14501481
 Telefon: 721 621 303
 E-mail: prodejna@austrotool.cz
 www.austrotool.cz

Odbíratel: IČ: 1234567
 DIČ: CZ1234567
Alfa beta, s.r.o.
 Okružní 77
 370 01 České Budějovice 1
 Tel.: 758 968 120

Provozovna:
AUSTROTOOL spol. s r.o.
 J. Bendy 34
 370 05 České Budějovice 5

Nabídka č.: 03/2020
 Datum zápisu: 06.10.2020
 Platno do:

Konečný příjemce:

Vystavil:

Ekonomický a informační systém POHODA Start

Zdroj: vlastní zpracování

Společnost Alfa beta, s.r.o. byla s nabídkou spokojena a poslala objednávku (obrázek č. 5 – Potvrzení přijetí objednávky).

Obrázek 5: Potvrzení přijetí objednávky

AUSTROTOOL spol. s r.o.				POTVRZENÍ PŘIJETÍ OBJEDNÁVKY			
Dodavatel: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5 IČ: 14501481 DIČ: CZ14501481 Telefon: 721 821 303 E-mail: objedna@austroutil.cz www.austroutil.cz Provozovna: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5				Přijaty doklad č.: Odbíratel: Alfa beta, s.r.o. IČ: 1234567 DIČ: CZ1234567 Okružní 77 370 01 České Budějovice 1 Tel.: 758 968 120			
Objednávka č.: 01/2020 Přijaty doklad č.: Forma úhrady: Příkazem Datum zápisu: 07.10.2020				Konečný příjemce:			
Označení dodávky	Množství	J.cena	Sleva	Cena %DPH	DPH	Kč Celkem	
Na základě Vaší nabídky č. 3/2020 objednáváme následující zboží.							
Řezací kotlouč 125x1,0 XT 70 nerez	1 000 ks	14,25		14 250,00	21%	17 242,50	
Brušný kotlouč 125x6,0x22,2	200 ks	28,95		5 790,00	21%	7 005,90	
Radální stokový kartáč 70x6x6 na nerezový mletinál vln drát 0,2 mm	100 ks	141,75		14 175,00	21%	17 151,75	
Brušný pás 100x2000 mm K40 keramické brusivo	50 ks	322,50		16 125,00	21%	19 511,25	
Brušný stokový kotlouč 50x30x6 K80	100 ks	87,75		8 775,00	21%	10 617,75	
Součet položek				59 115,00		71 529,15	
CELKEM K ÚHRADĚ					12 414,15	71 529,15	
Vystavil:							
Převzal:							
Razítko:							
Ekonomický a informační systém POHODA Start							

Zdroj: vlastní zpracování

Ta byla zaevidována v agendě Přijaté objednávky přenosem z agendy Vydané nabídky. Alfa beta, s.r.o., obdržela potvrzení objednávky. Na základě přijaté objednávky byla v agendě Vydané objednávky vytvořena naše objednávka k výrobcům. (obrázek č. 6 – Objednávka).

Obrázek 6: Objednávka

AUSTROTOOL spol. s r.o.				OBJEDNÁVKA č. 02/2020								
Odbíratel: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5 IČ: 14501481 DIČ: CZ14501481 Telefon: 721 821 303 E-mail: prodejna@austrotool.cz www.austrotool.cz				Provazovna: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5				Tel.:				
Objednávka č.: 02/2020 Forma úhrady: Příkazem Datum objednávky: 07.10.2020				Dodavatel: Kotouč, s.r.o. Nad jezem 25 650 04 Velké Meziříčí				IČ: 54986751 DIČ: CZ54986751				
Označení dodávky	Množství	J.cena	Sleva	Cena %DPH	DPH	Kč Celkem						
Objednáváme u Vás na základě Vaší nabídky č. 01/2020 následující zboží.												
Řezací kotouč 125x1,0 XT 70 nerez	1 000 ks	9,50		9 500,00	21%	1 995,00	11 495,00					
Brušný kotouč 125x6,0x22,2	200 ks	19,30		3 860,00	21%	810,60	4 670,60					
Brušný stlkový kotouč 50x30x6 K80	100 ks	58,50		5 850,00	21%	1 228,50	7 078,50					
Součet položek						19 210,00	4 034,10	23 244,10				
CELKEM K ÚHRADĚ							23 244,10					
NEPLATNÉ												
Vystavil:												
<small>Sp.zn.: C 1001/8 vedená u Krajského soudu v Českých Budějovicích, datum zápisu: 30.8.1991.</small>												
Převzal:				Razítko:								
<small>Ekonomický a informační systém POKOBA Start</small>												

Zdroj: vlastní zpracování

Výše uvedené doklady a obchodní operace se v účetnictví neevidují.

Poté co společnost obdržela od výrobců objednané zboží, byla provedena jeho přejímka a v agendě Příjemka byly vytvořeny dvě příjemky na sklad (obrázek č. 7 – Příjemka).

Obrázek 7: Příjemka na sklad

AUSTROTOOL spol. s r.o.				Příjemka na sklad					
Odbíratel: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5 IČ: 14501481 DIČ: CZ14501481 Telefon: 721 821 303 E-mail: prodejna@austrotool.cz www.austrotool.cz				Dodavatel: Kotouč, s.r.o. Nad jezem 25 650 04 Velké Meziříčí IČ: 54986751 DIČ: CZ54986751					
Provozovna: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5									
PŘÍJEMKA NA SKLAD č.		<table border="1"> <tr> <td>01/2020</td> </tr> <tr> <td>Vystaveno: 16.10.2020</td> </tr> </table>		01/2020	Vystaveno: 16.10.2020				
01/2020									
Vystaveno: 16.10.2020									
Označení dodávky	Množství	J.cena	Sleva	Cena %DPH	DPH	Celkem			
Řezací kotouč 125x1,0 XT 70 nerez	1 000 ks	9,50		9 500,00 21%	1 995,00	11 495,00			
Brušný kotouč 125x6,0x22,2	200 ks	19,30		3 860,00 21%	810,60	4 670,60			
Brušný stávkový kotouč 50x30x6 K80	100 ks	58,50		5 850,00 21%	1 228,50	7 078,50			
Součet položek CELKEM K ÚHRADĚ				19 210,00	4 034,10	23 244,10 23 244,10			
Vystavil: <div style="text-align: center; font-size: 2em; font-weight: bold; opacity: 0.5;">NEPLATNÉ</div>									
Převzal:				Razítko:					
Ekonomický a informační systém POHODA Start									

Zdroj: vlastní zpracování

Tato obchodní operace se již také promítá do účetnictví a byla zaúčtována na základě výše uvedeného dokladu – Příjemka **132 /131**.

132 – Zboží na skladě, 131 – Pořízení zboží

Poté co byl požadavek společnosti Alfa beta, s.r.o., zkompletován, byla vytvořena výdejka (obrázek č. 8 – Výdejka), dodací list (obrázek č. 9 – Dodací list) a následně faktura (obrázek č. 10 – Faktura – daňový doklad).

Obrázek 8: Výdejka ze skladu

AUSTROTOOL spol. s r.o.		Výdejka ze skladu							
Dodavatel: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5 IČ: 14501481 DIČ: CZ14501481 Telefon: 721 821 303 E-mail: podlejna@austrotool.cz www.austrotool.cz			Provozovna: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5			Odbíratel: Alfa beta, s.r.o. Okružní 77 370 01 České Budějovice 1			
Číslo výdejky Vystaveno:		<table border="1"> <tr><td>01/2020</td></tr> <tr><td>19.10.2020</td></tr> </table>		01/2020	19.10.2020	IČ: 1234567 DIČ: CZ1234567		Objednávka č.: Datum objednávky: 07.10.2020	
01/2020									
19.10.2020									
Označení dodávky	Množství	J.cena	Sleva	Cena %DPH	DPH	Celkem			
Brušný pás 100x2000 mm K40 keramické brusivo	50 ks	322,50		16 125,00 21%	3 386,25	19 511,25			
Řezací kotouč 125x1,0 XT 70 nerez	1 000 ks	14,25		14 250,00 21%	2 992,50	17 242,50			
Brušný kotouč 125x6,0x22,2	200 ks	28,95		5 790,00 21%	1 215,90	7 005,90			
Brušný stokový kotouč 50x30x6 K80	100 ks	87,75		8 775,00 21%	1 842,75	10 617,75			
Radialní stokový kartáč 70x6x6 ne nerezový materiál vln drát 0,2 mm	100 ks	141,75	0%	14 172,17 21%	2 976,16	17 148,33			
Součet položek CELKEM K ÚHRADĚ				59 112,17	12 413,56	71 525,73 71 525,73			
NEPLATNÉ									
Vystavil:									
Převzal:									
Razítko:									
Ekonomický a informační systém POHODA Start									

Zdroj: vlastní zpracování

Tato operace byla zaúčtována na základě výše uvedeného dokladu – 504/132.

504 – Prodané zboží

Obrázek 9: Dodací list

AUSTROTOOL spol. s r.o.		Dodací list			
Dodavatel: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5 IČ: 14501481 DIČ: CZ14501481 Telefon: 721 821 303 E-mail: prodejna@austroutil.cz www.austroutil.cz		Odběratel: Alfa beta, s.r.o. Okružní 77 370 01 České Budějovice 1			
Provozovna: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bendy 34 370 05 České Budějovice 5		IČ: 1234567 DIČ: CZ1234567			
DODACÍ LIST č.		Objednávka č.:			
Vystaveno:		Datum objednávky:			
<table border="1"> <tr> <td>01/2020</td> </tr> <tr> <td>19.10.2020</td> </tr> </table>		01/2020	19.10.2020	07.10.2020	
01/2020					
19.10.2020					
Označení dodávky	Záruka	Množství			
Brusný pás 100x2000 mm K40 keramické brusivo		50 ks			
Řezací kolouč 125x1,0 XT 70 nerez		1 000 ks			
Brusný kolouč 125x6,0x22,2		200 ks			
Brusný stolový kolouč 50x30x6 K80		100 ks			
Radělní stolový kartáč 70x6x6 na nerezový materiál vln drát 0,2 mm		100 ks			
Vystavil:					
<h1>NEPLATNÉ</h1>					
Převzal:		Razítko:			
Ekonomický a informační systém POKODA Start					

Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 10: Faktura – daňový doklad

AUSTROTOOL spol. s r.o.		FAKTURA - DAŇOVÝ DOKLAD č. 200100001				
Dodavatel: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bědý 34 370 05 České Budějovice 5 IČ: 14501481 DIČ: CZ14501481 Telefon: 721 821 303 E-mail: prodejna@austroutil.cz www.austroutil.cz		Provozovna: AUSTROTOOL spol. s r.o. J. Bědý 34 370 05 České Budějovice 5		Variabilní symbol: 200100001 Konstantní symbol: 0308 Objednávka č.: ze dne: 07.10.2020		
Číslo účtu: 000000000000 0100		Odběratel: IČ: 1234567 DIČ: CZ1234567 Alfa beta, s.r.o. Okružní 77 370 01 České Budějovice 1		Datum vystavení: 26.10.2020 Datum splatnosti: 09.11.2020 Datum uskutečnění plnění: 26.10.2020 Forma úhrady: Příkazem		
Datum vystavení: 26.10.2020 Datum splatnosti: 09.11.2020 Datum uskutečnění plnění: 26.10.2020 Forma úhrady: Příkazem		Konečný příjemce:				
Označení dodávky	Množství	J.cena	Sleva	Cena %DPH	DPH	Kč Celkem
Fakturujeme Vám zboží dle Vaší objednávky:						
Brušný pás 100x2000 mm K40 keramické brusivo	50 ks	322,50		16 125,00 21%	3 386,25	19 511,25
Řezací kotouč 125x1,0 XT 70 nerez	1 000 ks	14,25		14 250,00 21%	2 992,50	17 242,50
Brušný kotouč 125x6,0x22,2	200 ks	28,95		5 790,00 21%	1 215,90	7 005,90
Brušný slokový kotouč 50x30x6 K80	100 ks	87,75		8 775,00 21%	1 842,75	10 617,75
Radialní slokový kartáč 70x6x6 na nerezový materiál vln dřev 0,2 mm	100 ks	141,75	0,00%	14 172,17 21%	2 976,16	17 148,33
Součet položek				59 112,17	12 413,56	71 525,73
CELKEM K ÚHRADĚ						71 525,73
Vystavil: <small>Sp.zn.: C 1001/S vedené u Krajského soudu v Českých Budějovicích, datum zápisu: 30.8.1991. Dovolujeme si Vás upozornit, že v případě nedodržení data splatnosti uvedeného na faktuře Vám budeme účtovat úrok z prodlení v dohodnuté, resp. zákonné výši a sankční pokutu (byle-li sjednána).</small>						
Pro vytvoření platebního QR kódu vyplňte pole IBAN v agendě bankovní účty!	Rekapitulace DPH v Kč:		Základ v Kč	Sazba	DPH v Kč	Celkem s DPH v Kč
			0,00	0%		
			0,00	10%	0,00	0,00
			0,00	15%	0,00	0,00
		59 112,17	21%	12 413,56	71 525,73	
Převzal:			Razítko:			
<small>Ekonomický a informační systém PŮHODA Start</small>						

Zdroj: vlastní zpracování

Tento daňový doklad byl zaúčtován na základě výše uvedené faktury:

311/604 – cena bez DPH

311/343 – DPH

311 – Pohledávky z obchodních vztahů, 604 – Tržby za zboží, 343 – Daň z přidaného hodnoty.

Firma Austrotool spol. s r.o., má nastaveno, že u zakázek nad 20 000 Kč bez DPH se odběrateli nefakturuje dopravné. Dopravné od dodavatelů je součástí pořizovací ceny.

Vzhledem k tomu, že systém Pohoda umožňuje vytváření následných dokladů přenosem z dokladů již vytvořených, je zpracování obchodního případu velmi jednoduché a není nutné opakovaně vkládat již existující údaje. Tento způsob je velmi efektivní a téměř vylučuje chybovost.

4.4. Obchodní rizika

4.4.1. Kurzové riziko

Společnost Austrotool má přímé obchodní styky se zahraničními firmami v rámci Evropské unie a Tureckem (CEFTA). Zboží se fakturuje v zahraniční měně – euru. Platby tedy probíhají prostřednictvím společnosti Akcenta za aktuální kurz.

Finanční transakce je založena na tom, že společnost ví, kolik eur bude potřebovat pro zaplacení zahraničním dodavatelům. Pověřený pracovník obdrží pokyn k nakoupení příslušného množství eur a zaplacení taktéž z Akcenty. V tomto případě v plné míře nese riziko společnost Austrotool.

Vzhledem k tomu, že společnost již využívá spolupráci s Akcentou, bylo doporučeno využít možnost, kterou Akcenta nabízí, a to termínový obchod – forward. Termínový obchod je založen na dohodě dvou stran, na jejímž základě lze nakoupit nebo prodat cizí měnu s možností dodání v budoucím čase za nyní aktuální cenu. Tato služba umožní společnosti Austrotool minimalizovat kurzové riziko a stabilizovat obchodní marži proti ztrátám z vývoje kurzu dvou měn. Služba je poskytována bez poplatků.

4.4.2. Riziko finanční ztráty z nezaplacení faktur

Přestože se firma snaží spolupracovat pouze s prověřenými odběrateli, dochází v některých případech k zaplacení faktur dlouho po jejich splatnosti nebo k nezaplacení vůbec. S tímto rizikem souvisí také náklady na vymáhání nezaplacených faktur a případné soudní výlohy. Zejména v posledním období se toto riziko významně zvyšuje.

Uvedené riziko by bylo vhodné eliminovat zavedením systému zálohových plateb, zejména u zákazníků nových a zákazníků s horší platební morálkou. Doporučeno bylo zavedení systému úvěrových limitů pro jednotlivé odběratele s blokováním dalších objednávek.

4.4.3. Riziko neodebrání objednaného zboží

Toto riziko u společnosti vzniká pouze ojediněle. Jako ochranné opatření firma využívá formu záloh v pořizovací hodnotě příslušného zboží.

4.4.4. Riziko cenových změn v průběhu roku

Společnost si stanovuje prodejní ceny na dobu jednoho kalendářního roku na základě domluvených nákupních cen s dodavateli. Ne vždy jsou však všichni dodavatelé ochotni a schopni stanovit domluvené ceny na celé období a dodržovat je. Důvodem jsou faktory, které nelze předpokládat nebo ovlivnit (zvyšování cen energií, surovin, růst ceny práce a politicko-společenské vlivy).

Pro eliminaci tohoto rizika by bylo vhodné uzavírat smlouvy s výrobcí o fixních cenách s možností odchylky po vzájemné domluvě. Další z možností eliminace cenových rizik by bylo stanovení cen na kratší časové období, než je jeden rok.

4.4.5. Riziko expirace

Další rizikové faktory jsou patrné v oblasti doby expirace prodáváného zboží. Vzhledem k vysokým zásobám a již zmíněnému riziku snížení odbytu z různých důvodů (bankrot zákazníka, změna výrobního programu) dochází u skladových zásob k vypršení doby expirace. Charakter prodáváného zboží – brusné prostředky, které jsou používány v elektrických strojích za vysokých otáček – nedovoluje kvůli bezpečnosti práce prodej po době expirace se slevou. Toto zboží už nelze prodat a riziko finanční ztráty je vysoké.

Doporučila bych možnost automatického sledování pohybu rizikových položek a optimalizaci skladu zavedením minimálních a maximálních hodnot. Toto opatření navazuje na již zmíněné zpracování komplexního obchodního případu v systému Pohoda.

Tímto opatřením zůstane i zachována filozofie firmy a zároveň se výrazně sníží riziko ztrát z důvodu expirací.

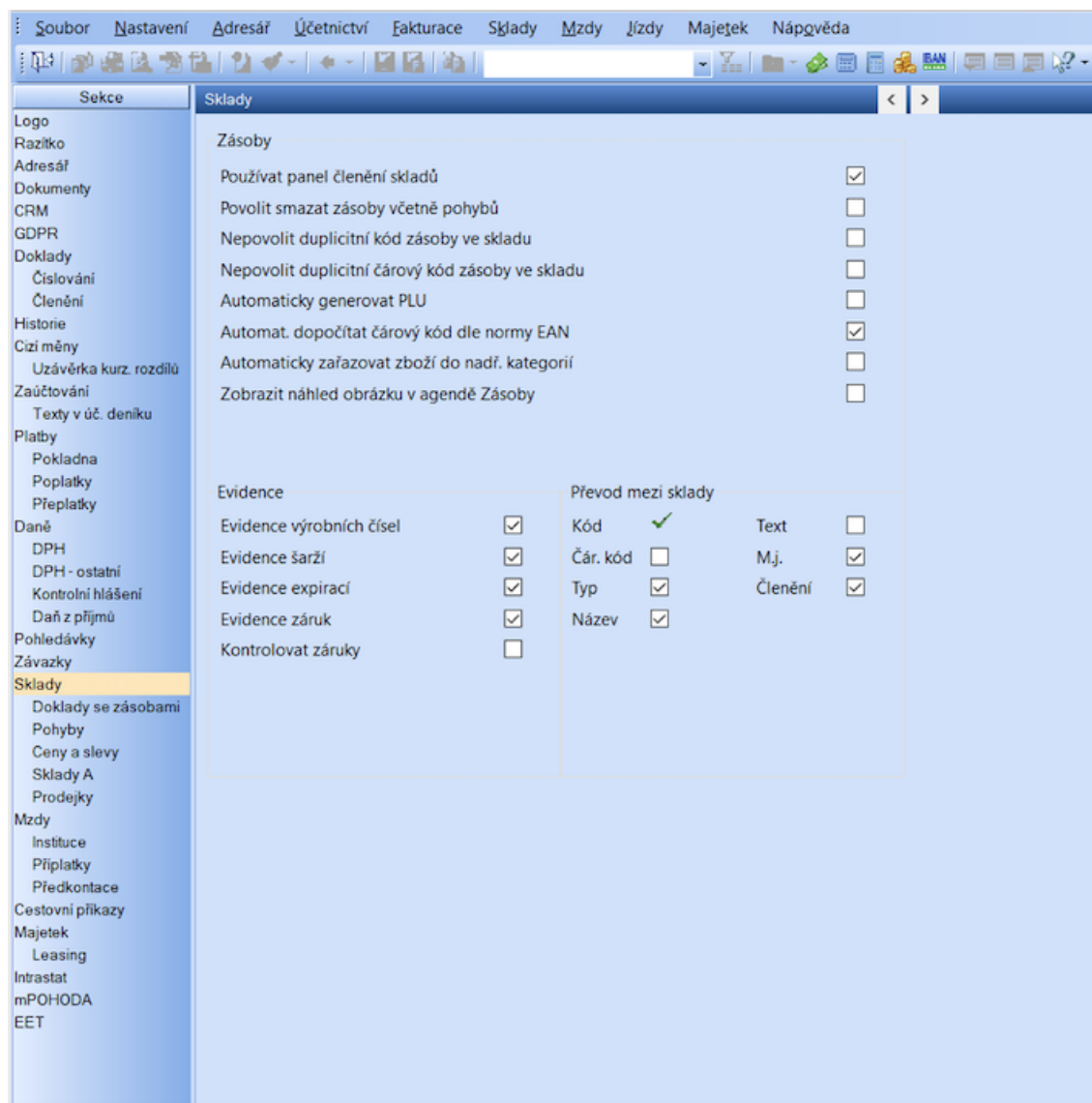
Uvažovala jsem o několika způsobech řešení. Po důkladném prostudování softwaru Pohoda se nabídla možnost řešení v rámci příjmu zboží. Využitím speciálních funkcí, díky kterým lze evidovat a sledovat doby expirace zásob po jednotlivých položkách na příslušných skladních kartách, lze zajistit automatické sledování a kontrolu expiračních dob. Nastavit potřebné kroky vyžaduje skutečně detailní znalost softwaru Pohoda, a proto považuji za vhodné uvést tento postup jako součást mnou navrhovaného řešení.

Postup nastavení v rámci softwaru Pohoda

1. Základní nastavení

V záložce Nastavení se nachází volba Globální nastavení. V Globálním nastavení se otevře sekce Sklady. V té je potřeba zaškrtnout Evidenci šarží a Evidencí expirací (obrázek č. 11).

Obrázek 11: Evidence expirací



Zdroj: vlastní zpracování

2. Sekce Sklady

V záložce Obchodní údaje je nezbytné zaškrtnout políčko šarže.

V záložce Doplnkové údaje se musí doplnit prostřednictvím úpravy doplnit zkrácený název.

V podsekcí Záruka je třeba vybrat z nabízených možností časový údaj – např. dny, měsíce nebo roky – a v okénku Délka záruky uvést počet.

Obrázek 12: Obchodní údaje

The screenshot shows the 'Obchodní údaje' (Commercial Data) tab for the product 'Brusný pás 100x2000 mm K40 keramické'. The interface is divided into several sections:

- Zásoba (Inventory):** Type: Karta; Odbyt: ; Vyr. č.: ; Internet: ; Šarže: ; DPH nákup: 21%; DPH prodej: 21%.
- Ceny (Prices):** Skupina: SK; Vážená n.c.: 241; Nákupní: 241,00 bez DPH; Marže: 64,602; Prodejní: 396,69 bez DPH; Rabat: 39,247.
- Stav zásoby (Inventory Status):** Stav zásoby: 100; Limit: ; Hmot.: ; Objem: ; Objednávky: 0; Rezervace: 0; Reklamacie: 0; Servis: 0.
- Dodavatel (Supplier):** Dodavatel: ; Obj.název: ; Objednat: 0; Objednáno: 0.

Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 13: Doplnkové údaje

The screenshot shows the 'Doplnkové údaje' (Additional Data) tab for the same product. The interface includes the following fields:

- Zkrácený název (Short Name):** Brusný pás 100x2000 mm K; Příznaky pro RP: PRZEURO.
- Záruka (Warranty):** měsíce; Délka záruky: 10.
- Výrobce (Manufacturer):** (Empty field).
- Zprávy (Messages):** Příjem: ; Výdej: ; Jednotka měrné ceny: ; Mj.: ; Koef.: .

Zdroj: vlastní zpracování

3. Příjem zboží

V rámci příjmu zboží se při výběru položky zobrazí panel Evidenční čísla, ve kterém je potřeba zadat číslo šarže (zpravidla uvedené na balení výrobku) a datum expirace.

Obrázek 14: Šarže

X	Evidenční č.	Kód zásoby	Název	Typ čísla	Stav
1	123456	50x30x6	Brusný stokový kotouč 50x30x6 K80	Šarže	0,00
*					0,00

Zdroj: vlastní zpracování

Na příjemce se u každé přijímané položky objeví datum expirace. Ten se nabídne také na dokladech – Výdejka, Vydaná faktura a Prodejka. Tento údaj upozorňuje pracovníka na to, zda může zásobu prodat, a také na to, jak dlouhá doba do vypršení doby expirace zbývá.

Obrázek 15: Příjemka

Kód	Položka	Poznámka	Množství	Přeneseno	M.j.	Jedn.cena	S	DPH	Sleva %	Částka	DPH	Evidenční č.	Středisko	Činnost	Zakázka	Expirace
1	50x30x6	Brusný stokový kotouč	1,00	0,00	ks	60,99		21 %	0,00%	60,99	12,81	123456				30.09.21
*			0,00	0,00		0,00		0 %	0,00%	0,00	0,00					..

Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 16: Výdejka

Kód	Položka	Množství	Přeneseno	Mj.	Jedn.cena	S	DPH	Sleva %	Částka	DPH	PDP	Evidenční č.	Středisko	Činnost	Zakázka	Expirace	Záruka	Z.j.
1	50x30x6 Brusný stokový kotouč	1,00	0,00	ks	107,00	<input type="checkbox"/>	21 %	0,00%	107,00	22,47	<input type="checkbox"/>	123456				30.09.21	24 měsíce	
*		0,00	0,00		0,00	<input type="checkbox"/>	0 %	0,00%	0,00	0,00	<input type="checkbox"/>					..	0	

Zdroj: vlastní zpracování

4.4.6. Konkurenční riziko

V posledních letech se vzhledem k rozvoji informačních technologií kromě standardního konkurenčního rizika (firmy se stejným a podobným obchodním sortimentem) objevil nový „konkurent“: e-shop. V řadě případů si samotní výrobci zřizují vlastní e-shopy, na kterých nabízejí zboží za stejné nebo nižší ceny, než jaké nabízejí odběratelům.

Vymyslet řešení, jak se tomuto riziku bránit, je v dnešní době velmi obtížné. Navrhují neustále udržovat a zlepšovat kontakty se stávajícími zákazníky a nabízet jim doplňkově to, co e-shop nabídnout nemůže (např. předávání informací osobním kontaktem, prezentace a odzkoušení výrobků apod.).

4.4.7. Sociální riziko

Například v dnešní situaci, kdy celosvětově probíhá pandemie koronaviru, je riziko výpadku zkušených, zapracovaných zaměstnanců vysoké. Najít za tyto zaměstnance plnohodnotnou náhradu je složité. Tento faktor také výrazně ovlivňuje ekonomiku a fungování firem.

4.4.8. Ekonomická rizika

Obchodní činnost společnosti Austrotool je úzce vázána na průmyslová odvětví, která její výrobky používají. Jedná se o kovo zpracující podniky převážně těžkého a středního strojírenství. Vlivem globalizačních procesů došlo a dochází k restrukturalizace těchto oborů a přenášení jejich výroby do zemí s levnější pracovní silou. V těchto odvětvích tak dochází k recesi (snižování výroby), což má dopad na naše dodávky, a tím také na ekonomiku firmy.

Výše uvedené procesy firmy našeho typu v podstatě nemůžou ovlivnit a jsou nuceny vyhledávat nové obchodní příležitosti v jiných oborech lidského podnikání.

4.5. E-shop

Vzhledem k tomu, že podstatnou část obrátu firmy tvoří velkoobchodní činnost, využívá firma Austrotool pro získávání zákazníků a rozšiřování prodeje obchodního zástupce, jehož úkolem je vyhledávat potencionálních zákazníky a seznamovat je s naším programem.

Pro prezentaci maloobchodního prodeje má firma Austrotool zpracovány webové stránky. Vzhledem k tomu, že prodejna nemá k dispozici plochy pro prezentování zboží, je část zboží maloobchodního sortimentu fyzicky vystavena v prodejně. Úkolem prodáváče je především také zboží zákazníkovi předvést a popsat, poskytnout mu o něm veškeré podstatné informace, které zákazník požaduje, a vyzdvihnout jeho přednosti oproti zboží konkurenčních výrobců.

V případě, že by si firma zřídila pro maloobchodní sortiment e-shop a využila stávající komunikační kanály, jako např. Facebook, Instagram či reklamní portály, došlo by k navýšení obrátu v maloobchodním prodeji.

Zřízení e-shopu by s největší pravděpodobností obchodním aktivitám velmi prospělo. Zboží, které společnost nabízí a prodává, může být vzhledem shodné s konkurenčními výrobky. Z vlastní zkušenosti vím, že na e-shopech se zpravidla nakupuje podle ceny, zdaleka ne podle kvality. U těchto výrobků je cena přímo úměrná kvalitě.

Vzhledem k tomu, že společnost Austrotool se od svého prvopočátku zaměřuje na prodej vysoce kvalitních výrobků je vhodné, aby se zákazník se zbožím seznámil a ověřil si jeho užitnou hodnotu.

E-shop by tedy sloužil především stálým zákazníkům k nákupu již prověřeného zboží. Tím by se zjednodušil proces nákupu a zákazník by ušetřil čas a náklady na cestu do prodejny.

V rámci péče o zákazníka by bylo prospěšné vytvořit zákazníkům v e-shopu osobní účet. Tuto možnost by samozřejmě neměli všichni zákazníci, pouze ti, kteří zde nakupují pravidelně v určitých finančních či množstevních objemech.

Zákazník splňující předem dané podmínky by měl možnost využívat na e-shopu klientskou sekci. Dostal by přístupové údaje k přihlášení do sekce. Po přihlášení do systému by měl možnost objednat si dané zboží, pokud byl nebylo skladem. Zákazník by měl ve

své klientské sekci stanoveny množstevní slevy nebo individuální ceny. V našem programu bychom viděli, jaké zboží pravidelně objednává a v jakém množství. Pokud by hrozilo, že toto množství nebude k dispozici, průběžně bychom podle nastavených minim a maxim zboží doobjednávali.

Zároveň by takový přístup mohl vyřešit i případné reklamace, protože by stačilo vyplnit reklamační formulář.

4.6. Závěr

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat a prověřit účtování obchodních operací a zásob v maloobchodě. Pro její zpracování byly využity mnou provedené analýzy pracovních postupů při zpracování obchodních případů v maloobchodní organizaci Austrotool spol. s r.o. Potřebné informace jsem měla k dispozici od pracovníků vedení společnosti a také od účetní firmy Ambrož Consulting, která pro tuto maloobchodní jednotku zpracovává účetnictví externě. Podstatnou část informací jsem získala také detailním prostudováním programu Pohoda, který společnost Austrotool pro zpracování obchodních případů používá. Analýza možností tohoto programu mi poskytla řadu řešení, která jsem v praktické části své bakalářské práce uplatnila jako návrhy pro možná zlepšení.

Společnost Austrotool využívá při zpracování obchodních případů pouze základní funkce v programu Pohoda. Podle mnou zjištěných skutečností, které jsem si ověřila při rozhovorech se zaměstnanci, dochází k chybám v přenosu informací, pokud obchodní případ od začátku až do konce nezpracovává stejný pracovník. To byl proto jeden z hlavních cílů, na jehož řešení jsem se zaměřila. Za pomoci rozšířených funkcí programu Pohoda jsem komplexně zpracovala vzorový obchodní případ a ukázala postupy, jak příslušné funkce v programu nastavit.

V současné době si společnost Austrotool platí externí účetní firmu, která přebrala veškerou účetní agendu a zodpovědnost za správnost vedení a zaúčtování vůči finančním autoritám. Ve společnosti se pouze shromažďují a kompletují dokumenty. Zde jsem neměla pro analýzu příliš mnoho prostoru. Dostala jsem možnost spolupracovat přímo s odpovědnou účetní, ale na základě materiálů, které mi byly poskytnuty k nahlédnutí, můžu konstatovat, že účetnictví je vedeno v souladu se zákonem o účetnictví č. 563/1991 Sb. Pokud se společnost Austrotool nerozhodne využívat funkce zaúčtování účetních případů v programu Pohoda, není možné v tomto směru navrhnout žádná zlepšení. Osobně bych se přikláněla k tomu, aby společnost tuto funkci využívala. Pro společnost by to znamenalo významnou úsporu nákladů za vedení externího účetnictví.

Bakalářskou práci jsem ještě před samotným odevzdáním předložila vedení společnosti Austrotool, která mnou navrhovaná řešení velmi ocenila a řadu z nich se rozhodla v budoucnu využít v rámci zlepšení administrativních úkonů při zpracování obchodních případů.

I. Summary

The subject of the bachelor thesis is to analyse the accounting operations and supply management in Austrotool Ltd., a company for distributing a wide variety of tools. The study determines the importance of decreasing the amount of capital tied in stock supplies.

Creating proposals for efficient improvement of the current accounting system as well as identifying the weak sides is carried out by using a software programme Pohoda.

On the basis a of model simulation, a draft of a new e-shop is developed, and it results in saving both time and financial costs of the customers. Moreover, these measures are achieved with minimum expenses and the innovation enables the decreasing of stocks and releasing bind monetary resources.

Data collection for the analysis is conducted through interviews with the managers, so the results gained from these data are recommended to eliminate weaknesses and to develop more effective processes.

Key words: supplies, accounting operations, retail, goods, effectivity

II. Přehled použité literatury

- Kotler, P., Keller, K. (2013). *Marketing management*. Praha, Česko: Grada.
- Louša, F. (2012). *Zásoby komplexní průvodce účtováním a oceňováním*. Praha, Česko: Grada.
- Máče, M. (2006). *Platební styk*. Praha, Česko: Grada
- Mrkosová, J. (2016). *Účetnictví 2016*. Praha, Česko: Albatros Media
- Pražská, L., Jindra J. & kol. (2002). *Obchodní podnikání retail management*. Praha, Česko: Management Press.
- Příkrylová, J. (2010). *Moderní marketingová komunikace*. Praha, Česko: Grada.
- Růčková, P. (2019). *Finanční analýza, 6. aktualizované vydání*. Praha, Česko: Grada.
- Ryneš, P. (2019). *Podvojně účetnictví a účetní závěrka*. Praha, Česko: Anag
- Skálová, J. (2020). *Podvojně účetnictví*. Praha, Česko: Grada
- Smejkal, V., Rais, K. (2013). *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. Praha, Česko: Grada
- Světlík, J. (2016). *Marketingové komunikace*. Praha, Česko: VŠPP

Internetové stránky

- Kovalíková, H. (2006). Problematika zásob a skladového hospodářství. Dostupné z <https://www.dauc.cz/dokument/?modul=li&cislo=26238&well=danarionline>
- Svoboda, P. (2017). Podpora studia Finančního účetnictví I. Dostupné z <https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/index.pl?cast=74680;lang=cz>
- Záboj, M. (2006). Opora pro předmět Obchodní operace I. Dostupné z <https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/index.pl?opora=123>
- Záboj, M. (2010). *Tematické okruhy ke státní bakalářské práci*. Dostupné z https://is.muni.cz/el/ped/podzim2010/OP3BP_DON1/um/.

Legislativní zdroje

- Vyhláška č. 500/2002 Sb.
- Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví

III. Seznam obrázků

Obrázek 1: Přijatá poptávka	40
Obrázek 2: Poptávka	41
Obrázek 3: Přijatá nabídka	42
Obrázek 4: Nabídka	43
Obrázek 5: Potvrzení přijetí objednávky	44
Obrázek 6: Objednávka	45
Obrázek 7: Příjemka na sklad	46
Obrázek 8: Výdejka ze skladu	48
Obrázek 9: Dodací list	49
Obrázek 10: Faktura – daňový doklad	50
Obrázek 11: Evidence expirací	54
Obrázek 12: Obchodní údaje	55
Obrázek 13: Doplnkové údaje	56
Obrázek 14: Šarže	56
Obrázek 15: Příjemka	57
Obrázek 16: Výdejka	57