

Návrh semestrálního projektu

manažerské účetnictví ve fiktivní firmě

- každá skupina studentů (max 3) si vytvoří vlastní fiktivní firmu výrobního charakteru a dle tohoto návodu vypracuje seminární práci – projekt (od bodu VI. CRM nepovinné)

I. Zahajovací rozvaha

Úkol 1: Sestavte zahajovací rozvahu podniku, jestliže znáte tyto údaje:

- **Materiál:**
- **Základní kapitál: ?**
- **Peněžní prostředky na účtech:**
- **Dlouhodobý majetek:**
- **Závazky vůči dodavatelům:**
- **Pohledávky za odběrateli:**
- **Peněžní prostředky v pokladně:**
- **Bankovní úvěry:**
- **Výrobky na skladě:**

(částky libovolně doplňte, základní kapitál dopočítejte)

Zahajovací rozvaha:

Aktiva	Pasiva
Aktiva celkem:	Pasiva celkem:

Úkol 2: Vymyslete si fiktivní firmu výrobního charakteru a představte produkt, který vyrábí. (Módní průmysl, výroba nábytku, výroba kosmetiky).

Úkol 3: Krátce popište cílovou skupinu.

II. Náklady

Vaše firma vykazuje tyto náklady:

přímý materiál	provize obchodním zástupcům
mzdy pracovníků skladu	přímé mzdy dělníků
mzdy vedoucích výroby	nájem kanceláří vedení
energie ve výrobní hale	údržba výrobních strojů
právní a poradenské služby	nájem výrobní haly
náklady na marketing	náklady na dopravu výrobků zákazníkům

Úkol 1: Roztřídte výše uvedené náklady na:

- Druhové x účelové členění
- Fixní x variabilní náklady
- Přímé x nepřímé náklady

Úkol 2: Vymyslete oportunitní náklady pro vaši firmu.

Úkol 3: Vymyslete alespoň 5 hlavních přínosů, které váš produkt zákazníkovi nabízí.

III. Účetní zobrazení nákladů v jednookruhové účetní soustavě

Úkol 1: Zaúčtujte níže uvedené účetní případy v jednookruhové účetní soustavě. Zásoby účtujeme způsobem A.

Náklad	Částka	MD	D
ID - spotřeba materiálu			
Mzdy pracovníků skladu			
Mzdy vedoucích výroby			
FA – energie ve výrobní hale			
FA - právní a poradenské služby			
FA - náklady na marketing			
VBÚ - provize obchodním zástupcům			
Přímé mzdy dělníků			
FA - nájem kanceláří vedení			
VPD - údržba výrobních strojů			
FA - nájem výrobní haly			
Náklady na dopravu výrobků zákazníkům			
ID - výdej výrobků ze skladu			
FA - tržby z prodeje výrobků			
VBÚ - úhrada faktury vystavené			

Úkol 2: Popište, jaké distribuční kanály bude firma využívat.

Úkol 3: Popište, jak může zákazník produkt nakoupit, jaké možnosti doručení nabízíte, jak rychle se zákazník k produktu dostane atd.

IV. Kalkulace

Vaše fiktivní firma za měsíc vyrobila ks výrobků. Na jeden kus byly vynaloženy tyto náklady:

- Přímý materiál: Kč
- Přímé mzdy: Kč
- Ostatní přímé náklady: Kč

Celkové režijní náklady za měsíc činily:

- Výrobní režie: Kč
- Zásobovací režie: Kč
- Odbytová režie: Kč

Úkol 1: Sestavte kalkulaci úplných nákladů jednoho výrobku prostým dělením.

Úkol 2: Sestavte kalkulaci úplných nákladů jednoho výrobku pomocí metody režijních přírážek. Jako základnu využijte přímé mzdy.

Úkol 3: Sestavte kalkulaci úplných vlastních nákladů různých typů výrobků s využitím metody dělením s poměrovými čísly.

Typ výrobku	počet ks	poměrové číslo
		0,8
		1
		1,2
		1,4

Úkol 4: Stanovte prodejní cenu 1 kusu produktu, který vaše fiktivní firma vyrábí. Berte ohled na počet prodaných kusů (stejný jako počet vyrobených kusů) a tržby z prodeje výrobků (viz účetní případy).

V. Bod zvratu

Určete minimální nutný objem výroby, jestliže znáte tyto údaje:

- Objem produkce: ks
- Tržby: Kč
- Přímý materiál: Kč/ks
- Přímé mzdy: Kč/ks
- Ostatní přímé náklady: Kč/ks
- Fixní náklady: Kč

Úkol 1: Vypočítejte příspěvek na úhradu fixních nákladů.

Úkol 2: Určete objem produkce, při kterém je dosahováno bodu zvratu.

Úkol 3: Vypočítejte tržby v bodě zvratu.

Úkol 4: Vypočítejte bod zvratu, jestliže je stanový požadovaný zisk Kč.

Úkol 5: Zjistěte, jaké nastanou změny, pokud firma sníží cenu o 10 % nebo zvýší fixní náklady o 5 %.

Úkol 6: Rozdělte svou firmu na dvě vnitropodniková střediska: Výroba a Odbyt. Definujte, jakým způsobem bude výrobní středisko předávat hotové výrobky odbytovému středisku (např. v plánovaných vlastních nákladech nebo s přírážkou na zisk). Krátce popište motivaci pro toto vnitřní ocenění.

Úkol 7: Sestavte měsíční rozpočet nákladů pro vaši firmu ve třech variantách objemu výroby: pesimistická variant (pokles o 20 %), očekávaná varianta (100 %) a optimistická varianta (nárůst o 20 %). Rozlište přitom, které náklady se se změnou objemu změní (variabilní) a které zůstanou stejné (fixní).

Úkol 8: Obrátil se na vás nový odběratel s poptávkou na dodávku 100 ks vašeho výrobku za jednorázovou cenu, která je o 15 % nižší než vaše běžná prodejní cena. Máte ve výrobě volnou kapacitu. Vyhodnoťte na základě variabilních nákladů, zda je pro vás přijetí takové zakázky finančně výhodné.

VI. CRM

Navrhněte systém řízení vztahů se zákazníky pro svou fiktivní firmu. Zamyslete se nad tím, jak budete zákazníky získávat, poznávat, obsluhovat, udržovat a motivovat k opakovaným nákupům.

1. Poznání zákazníků

Zamyslete se nad tím, jaké informace o zákaznících potřebujete znát, abyste jim mohli nabídnout lepší služby a relevantnější nabídku.

Vyplňte:

Údaj o zákazníkovi	Budete jej zjišťovat?	
Jméno a příjmení	ANO	NE
E-mail	ANO	NE
Telefonní číslo	ANO	NE
Věk	ANO	NE
Pohlaví	ANO	NE
Bydliště	ANO	NE
Historie nákupů	ANO	NE
Oblíbené produkty	ANO	NE
Frekvence nákupů	ANO	NE
Další: _____	ANO	NE

Krátce vysvětlete, proč jsou pro vaši firmu vybrané údaje užitečné znát.

2. Způsoby získávání zákazníků

Navrhněte alespoň 5 způsobů, jak zákazník firmě poskytne své údaje.

- 1.
- 2.

- 3.
- 4.
- 5.

Doplňte:

Jakým způsobem zákazníka motivujete, aby vám své údaje poskytl?

.....

.....

Co mu za to nabídnete?

.....

.....

Kde budete zákaznické údaje evidovat a spravovat?

.....

.....

3. Věrnostní program

Rozhodněte, za bude vaše firma využívat věrnostní program, pokud **ANO**, navrhnete jeho podobu, pokud **NE**, odůvodněte.

Budete mít věrnostní program?

ANO NE

Název věrnostního

programu: _____

Jak se zákazník zapojí? (zaškrtněte)

- ☐ Registrace na e-shopu
- ☐ Věrnostní karta (kamenná prodejna)
- ☐ Mobilní aplikace
- ☐ Automaticky při nákupu
- ☐ Jiné:.....

Za co zákazník získává body/výhody?

.....
.....

Jaké odměny může získat?

.....
.....

Jaké další výhody nabídnete registrovaným zákazníkům?

.....
.....

4. Zákaznický servis

Navrhněte systém zákaznické podpory vaší firmy.

Vyplňte:

Kanál	Budete využívat?	
Telefon	ANO	NE
E-mail	ANO	NE
Online chat	ANO	NE
Chatbot	ANO	NE
Sociální sítě	ANO	NE
Osobně na prodejně	ANO	NE
Kontaktní formulář	ANO	NE
Další: _____	ANO	NE

Dostupnost zákaznického servisu:

- ☐ 24/7
☐ Pouze v pracovní době
☐ Vybrané dny/hodiny
☐ Jiné:.....

Předpokládaná doba odpovědi:

- ☐ ihned
☐ do pár hodin
☐ do 24 hodin
☐ do 48 hodin
☐ Jiné:.....

Kdo bude zákaznický servis zajišťovat?

.....

.....

5. Péče o zákazníky po nákupu

Vyberte alespoň 3 aktivity, které bude vaše firma využívat a stručně vysvětlete, jak pomohou budovat dlouhodobý vztah se zákazníkem.

Aktivita	Budete využívat?	
E-mail s poděkováním za nákup	ANO	NE
Informace o stavu objednávky	ANO	NE
Dotaz na spokojenost	ANO	NE
Žádost o recenzi	ANO	NE
Nabídka souvisejících produktů	ANO	NE
Speciální nabídka pro stávající zákazníky	ANO	NE
Narozeninová sleva	ANO	NE
Newsletter	ANO	NE
Nabídka dalších nákupů	ANO	NE
Další: _____	ANO	NE

6. Řešení stížností a reklamací

Navrhněte postup, jak bude vaše firma reagovat na nespokojeného zákazníka.

Zákazník si stěžuje prostřednictvím:

- ☐ e-mailu
- ☐ telefonu
- ☐ sociálních sítí
- ☐ osobně
- ☐ Jiné:.....

Jak bude firma na stížnost reagovat?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Jaká bude maximální doba reakce na stížnost?

.....
.....

Co uděláte proto, aby se podobný problém v budoucnu neopakoval?

.....
.....