



B&B  
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija  
Program: Ekonomist  
Modul: Računovodja – Računovodstvo za gospodarstvo

**ANALIZA POSTOPKOV NABAVE IN  
PRODAJE TRGOVSKEGA BLAGA V  
PODJETJU XY**

Mentorica: Katarina Adžaga Uršič, mag. posl. ved  
Lektorica: Monika Sušanj, prof. slov.

Kandidatka: Eva Rolih

Kranj, januar 2016

## **ZAHVALA**

Zahvaljujem se mentorici Katarini Adžaga Uršič, mag. posl. ved, za strokovno svetovanje, pomoč in nasvete pri nastajanju diplomske naloge.

Hvala g. direktorju, ki mi je ponudil priložnost za študij ter podjetju XY, ki je tudi finančno podprlo moj študij in mentorici v podjetju Tatjani Rehar, univ. dipl. ekon., za pomoč in usmerjanje pri izdelavi diplomskega dela.

Zahvaljujem se tudi lektorici Moniki Sušanj, prof. slov., ki je mojo diplomsko nalogo jezikovno in slovnično pregledala.

Hvala družini, prijateljem in sodelavcem, ki so me podpirali in spodbujali v času mojega študija.

## IZJAVA

»Študentka Eva Rolih izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom Katarine Adžaga Uršič, mag. posl. ved.«

»Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.«

Dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

## **POVZETEK**

V podjetjih s trgovinsko dejavnostjo sta nabava in prodaja najpomembnejši osnovni poslovni funkciji. Nabava je podrejena prodaji, kar pomeni, da so cilji nabave neposredno povezani s cilji prodaje. Celotno poslovanje podjetja mora skrbeti za zadostno zalogo trgovskega blaga, ki omogoča nemoteno delovanje in se prilagajati potrebam in željam kupcev. Vendar pa je pri tem treba izpostaviti problem prevelike zaloge, ki vpliva na likvidnost podjetja. S predlogom oblikovanja optimalnih zalog, z vidika čim manjše vezave denarnih sredstev v zalogah, čim manjših skladiščnih stroškov, čim hitrejšega obračanja zalog, želimo zmanjšati stroške poslovanja, vendar kljub temu zagotavljati takojšnji odziv na zahteve kupcev.

V diplomski nalogi smo analizirali postopke nabave in prodaje trgovskega blaga v podjetju XY med letoma 2012 in 2014. Namen analiziranja je izpostaviti probleme pri postopkih in podati nekaj predlogov izboljšav.

## **KLJUČNE BESEDE**

- trgovsko blago,
- osnovne poslovne funkcije,
- knjigovodske listine,
- optimizacija postopkov,
- poslovna analiza.

## **ZUSAMMENFASSUNG**

In jenen Firmen mit Geschäftstätigkeiten sind der Einkauf und der Verkauf die wichtigsten grundsätzlichen geschäftlichen Funktionen. Der Einkauf unterliegt dem Verkauf, das bedeutet, dass die Einkaufsziele unmittelbar mit den Verkaufszielen verbunden sind. Das gesamte Unternehmensgeschäft muss für ein ausreichend grosses Lager der Verkaufswaren sorgen, die einen ungestörten Betrieb ermöglichen um sich den Bedürfnissen und Wünschen der Kunden anzupassen. Jedoch ist es hier notwendig das Problem eines zu grossen Lagerbestands, das die Liquidität eines Betriebes beeinflusst, auszuschliessen. Mit dem Vorschlag der optimalen Lagerhaltung von Seiten der kleinsten Lagerkosten, den schnellsten Lagerbewegungen, wollen wir die Kosten verringern, jedoch trotzdem die sofortigen Reaktionen der Kundenbedürfnisse sichern.

In der Diplomarbeit haben wir die Verfahren der Ein- und Verkaufswaren in einem Betrieb XY vom Jahre 2012–2014 analysiert. Der Grund dieser Analyse ist die Verfahrensprobleme auszuschliessen und einige Verbesserungsvorschläge darzulegen.

## **SCHLÜSSELWORTE**

- Verkaufsware,
- Grundsätzliche geschäftliche Funktionen,
- Buchhaltungsunterlagen,
- Verfahrensoptimierung,
- Geschäftsanalyse.

## KAZALO

1	UVOD.....	1
1.1	PREDSTAVITEV PROBLEMA.....	1
1.2	CILJI NALOGE .....	1
1.3	PREDSTAVITEV OKOLJA.....	1
1.4	PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE .....	1
1.5	METODE DELA.....	2
2	TRGOVINA KOT GOSPODARSKA DEJAVNOST.....	2
2.1	OPREDELITEV, POMEN IN ZNAČILNOSTI TRGOVINE .....	2
2.2	TRGOVSKO BLAGO.....	3
3	OSNOVNE POSLOVNE FUNKCIJE IN RAČUNOVODSKE EVIDENCE V TRGOVSKIH PODJETJIH.....	3
3.1	OSNOVNE POSLOVNE FUNKCIJE V TRGOVINI.....	3
3.2	ZALOGE TRGOVSKEGA BLAGA .....	5
3.3	KNJIGOVODSKE LISTINE V TRGOVINI .....	6
4	PREDSTAVITEV PODJETJA XY .....	8
4.1	NARAVA POSLOVANJA IN POMEMBNEJŠE DEJAVNOSTI.....	8
4.2	VIZIJA PODJETJA .....	9
5	FUNKCIJE TRGOVSKE DEJAVNOSTI ZNOTRAJ PODJETJA XY .....	9
5.1	NABAVA TRGOVSKEGA BLAGA IN KNJIGOVODSKE LISTINE .....	9
5.2	SKLADIŠČENJE TRGOVSKEGA BLAGA.....	11
5.3	PRODAJA TRGOVSKEGA BLAGA IN KNJIGOVODSKE LISTINE.....	11
5.4	ZALOGE TRGOVSKEGA BLAGA .....	12
6	POSLOVNA ANALIZA PROCESOV NABAVE IN PRODAJE V PODJETJU XY....	12
6.1	ANALIZA NABAVE .....	12
6.2	ANALIZA PRODAJE .....	14
6.3	ZALOGE TRGOVSKEGA BLAGA .....	17
7	OPTIMIZACIJA POSTOPKOV .....	19
7.1	IZBIRA IZDELKOV .....	19
7.2	IZBIRA DOBAVITELJEV .....	20
7.3	DODATNI POPUST .....	20
7.4	NAČIN VPLIVA NA CENO .....	20
7.5	DOLOČANJE OPTIMALNE ZALOGE.....	20
7.6	ZMANJŠANJE NEKURANTNIH ZALOG .....	21
7.7	NADGRADNJA INFORMACIJSKEGA SISTEMA.....	21
7.8	UVEDBA BRALNIKA ČRTNIH KOD .....	22
7.9	ELEKTRONSKO PODPISOVANJE .....	22
7.10	MOTIVIRANJE IN NAGRAJEVANJE TRGOVCEV .....	22
7.11	VZPOSTAVITI CRM SISTEM .....	23
8	ZAKLJUČEK .....	23
8.1	OCENA UČINKOV .....	23
8.2	POGOJI ZA UVEDBO.....	25
8.3	MOŽNOST NADALJNJEGA RAZVOJA.....	25
	LITERATURA IN VIRI.....	26
	PRILOGE .....	27

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Nabava trgovskega blaga po nabavni ceni med letoma 2012–2014 .....	13
Tabela 2: Pregled prodaje po kupcih po prodajni vrednosti med letoma 2012–2014 .....	15
Tabela 3: Prodaja po blagovnih skupinah po prodajni vrednosti .....	16
Tabela 4: Zaloge trgovskega blaga po mesecih med letoma 2012–2014 .....	17
Tabela 5: Promet v obdobju in povprečje zalog v trgovini med letoma 2012–2014 .....	18
Tabela 6: Izračun koeficienta obračanja zalog in izračun optimalne zaloge .....	19

## KAZALO GRAFOV

Graf 1: Nabava trgovskega blaga po nabavni ceni med letoma 2012–2014 .....	13
Graf 2: Nabava trgovskega blaga po dobaviteljih med letoma 2012–2014 .....	14
Graf 3: Pregled prodaje po kupcih po prodajni vrednosti med letoma 2012–2014 ..	15
Graf 4: Prodaja po blagovnih skupinah po prodajni vrednosti .....	16
Graf 5: Zaloge trgovskega blaga po mesecih med letoma 2012–2014 .....	17

## KAZALO PRILOG

Priloga 1: Dokument – DOBAVNICA .....	27
Priloga 2: Dokument – PREVZEMNICA .....	28
Priloga 3: Dokument – ZBIRNI KALKULACIJSKI LIST .....	29
Priloga 4: Dokument – IZDANA DOBAVNICA .....	30
Priloga 5: Dokument – IZDAN ZBIRNI RAČUN .....	31

# 1 UVOD

## 1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

V današnjem času so za trgovska podjetja bistvenega pomena razmere na trgu. Marsikatero podjetje je v času krize zabredlo v težave ali pa celo zaprlo svoja vrata. Zaposleni niso prejeli plač ali so bili celo odpuščeni. Kriza je terjala svoj davek. Vsa podjetja pa le niso propadla. Podjetja morajo imeti zastavljene cilje in jasno strategijo, če želijo ostati uspešna.

In kot pravi misel: »Noben veter ni ugoden ladji brez cilja.« (Michael E. de Montaigne)

Vodilni v podjetju morajo imeti ustrezno znanje, sposobnosti in morajo sprejemati najbolj pomembne odločitve v zvezi s poslovanjem. Glavni cilj jim je seveda dobiček. Poslovanje je treba organizirati tako, da kljub težavam ostane uspešno.

V diplomski nalogi izpostavljam podjetje s trgovinsko dejavnostjo. Pri tem nam najprej pride na misel, kako v zadostni meri zadovoljiti potrebe kupcev, ki bodo kupovali blago ustrezne kakovosti, po ustrezni ceni, in pri tem še vedno dosegati dobiček. Na oblikovanje cen seveda vplivajo tudi razmere na trgu. Glede na to domnevamo, da je pomembno, da moramo opraviti raziskavo in analizo trga, poiskati dobavitelje, ki bi nam bili pripravljeni prodajati blago po ustreznih cenah, določiti optimalne zaloge, pospešiti prodajo, izboljšati procese v trgovini in pri zaposlenih ohranjati zavest, da pripomorejo k uspešnosti poslovanja podjetja.

## 1.2 CILJI NALOGE

Cilj diplomske naloge je prikazati potek nabave in prodaje trgovskega blaga v trgovskem podjetju in analizirati procese nabave in prodaje, pri tem pa izpostaviti probleme in podati predloge izboljšav.

## 1.3 PREDSTAVITEV OKOLJA

Podjetje XY je bilo ustanovljeno leta 1995 kot delniška družba. Glavna dejavnost podjetja je trgovina na debelo s kovinskimi proizvodi, inštalacijskim materialom, napravami za ogrevanje. Trenutno je zaposlenih 56 ljudi.

## 1.4 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE

Predpostavljamo, da se vodstvo podjetja še kako zaveda pomena, kako v čim večji meri zadovoljiti potrebe kupcev in pri tem ustvariti čim večji dobiček. Pri tem je



pomembno kupovati blago po čim nižji ceni z minimalnimi stroški in prodati po sprejemljivih cenah in pri tem dosegati dobiček.

Tema diplomske naloge je analiza postopkov nabave in prodaje trgovskega blaga v podjetju s trgovsko dejavnostjo, vendar zaradi tajnosti nekaterih podatkov podjetje označujemo s črkama »XY«.

## 1.5 METODE DELA

V teoretičnem delu bomo uporabili metodo združevanja, pri kateri bomo navajali dejstva iz literature različnih avtorjev s področja trgovinske dejavnosti.

V praktičnem delu bomo uporabili opisno metodo, opis obstoječega stanja v podjetju in metodo analiziranja, s katero bomo analizirali področje nabave in prodaje in kazalnike obračanja ter ugotavljali možne izboljšave.

## 2 TRGOVINA KOT GOSPODARSKA DEJAVNOST

### 2.1 OPREDELITEV, POMEN IN ZNAČILNOSTI TRGOVINE

Zakon o trgovini ZT-1 (Št. 003-02-2/2008-28) pravi, da trgovina pomeni opravljanje trgovinske dejavnosti, ki obsega nakupovanje blaga, z namenom nadaljnje prodaje, ne glede na to, ali je blago prodano v nespremenjenem ali spremenjenem (obdelava, predelava, dodelava) stanju.

Trgovanje je temeljna dejavnost trgovskih podjetij, s katero uresničuje posredniško funkcijo med proizvajalci in porabniki, ki je podlaga za oblikovanje njegovih temeljnih poslovnih funkcij, to so nabava, skladiščenje in prodaja. Poleg te dejavnosti opravljajo tudi številne dopolnilne dejavnosti, kot so: embaliranje, sortiranje in dostava izdelkov končnim kupcem (Potočnik, 2001, str. 46).

Trgovska dejavnost se po Zakonu o trgovini ZT-1 (2008) deli na:

- trgovino na debelo,
- trgovino na drobno.

Trgovina na debelo je nakupovanje blaga in njegova nadaljnja prodaja trgovcem in drugim samostojnim podjetnikom posameznikom, pravnim osebam in drugim posameznikom, ki ga kupujejo za opravljanje svoje poklicne ali pridobitne dejavnosti.

Trgovina na drobno je nakupovanje blaga in njegova nadaljnja prodaja potrošnikom ali potrošnicam.

## 2.2 TRGOVSKO BLAGO

Sredstva, s katerimi razpolaga poslovni sistem, stalno spreminjajo svojo pojavno obliko, se preoblikujejo. Delimo jih na dolgoročna in kratkoročna sredstva.

Dolgoročna (ali stalna) sredstva se praviloma preoblikujejo v obdobju, ki je daljše od enega leta. Dolgoročna sredstva sestavljajo osnovna sredstva in dolgoročne finančne naložbe.

Kratkoročna (ali gibljiva) sredstva se praviloma preoblikujejo v časovnem obdobju, ki je krajše od enega leta. Kratkoročna sredstva sestavljajo obratna sredstva in kratkoročne finančne naložbe.

Obratna sredstva so lahko v obliki stvari, pravic ali denarja.

Obratna sredstva v obliki stvari so lahko (Turk, Melavc, 2001, str. 99):

- material v širšem smislu,
- drobni inventar v širšem smislu,
- nedokončana proizvodnja v širšem smislu,
- dokončani proizvodi in trgovsko blago.

Trgovsko blago sestavljajo proizvodi, ki jih je poslovni sistem kupil in namenil prodaji (Turk, Melavc, 2001, str. 100).

## 3 OSNOVNE POSLOVNE FUNKCIJE IN RAČUNOVODSKE EVIDENCE V TRGOVSKIH PODJETJIH

### 3.1 OSNOVNE POSLOVNE FUNKCIJE V TRGOVINI

#### ➤ NABAVA TRGOVSKEGA BLAGA

Nabava je, poleg skladiščenja in prodaje, ena najpomembnejših temeljnih poslovnih funkcij trgovskega podjetja. Njena naloga je zagotoviti izdelke za nadaljnjo prodajo, in sicer v zadostni količini, ustrezne kakovosti in po ustrezni ceni, predvsem pa pravočasno.

Sodobno nabavno poslovanje ni omejeno le na nakupno dejavnost, ampak zajema vse dejavnike, ki nabavo opredeljujejo kot strateško poslovno področje.

Najpomembnejši dejavniki nabave so (Potočnik, 2001, str. 186):

- raziskava nabavnega trga,
- načrtovanje nabave,
- sprejemanje nabavnih odločitev,
- priprava in izvršitev nabave,
- evidentiranje nabave,
- analiziranje nabave,
- nadzor nabave.

Nabava je v trgovskem podjetju podrejena prodajni funkciji, kar pomeni, da so cilji nabave neposredno povezani s cilji prodaje.

### ➤ **SKLADIŠČENJE TRGOVSKEGA BLAGA**

Skladiščenje je dejavnost, ki ureja prevzem blaga, ga zaščiti in čuva do trenutka izdaje.

Naloge skladiščenja so predvsem zaščita blaga pred poškodbami (razsip, lom, kvar, kalo), krajo in pred višjo silo (potres, požar). Le-te se lahko zmanjšuje z ekonomskimi ukrepi (zavarovanje pri zavarovalnici) in z mehanskimi ukrepi: proti kraji z alarmom, ograjami itd., proti lomu, kvaru pa s pravilnim skladiščenjem oziroma embaliranjem (Vrčon Tratar, 2012).

Temeljne funkcije skladiščnega poslovanja so (Potočnik, 2001, str. 243):

- prevzem materiala,
- namestitvev in uskladiščenje,
- čuvanje materiala,
- izdajanje materiala,
- vodenje evidenc.

Skladišče je prostor z vsemi napravami, v katerem shranjujemo različne vrste surovin, materiala, polizdelkov in izdelkov. Naloga nabavnega skladišča je prejemanje, spremljanje, varovanje in izdajanje materiala, z namenom, da se premesti prostorska in časovna razlika med nabavo in porabo blaga v poslovnem procesu. Pri tem je pomembno, da blago ostane kakovostno in količinsko nespremenjeno, oziroma da ohrani vrednost ob minimalnih stroških, ki so za skladiščenje potrebni (Turk, 2011).

### ➤ **PRODAJA TROVSKEGA BLAGA**

Prodaja je najpomembnejša temeljna faza poslovanja trgovskega podjetja. S prodajo se ustvarjajo prihodki podjetja, kar vpliva na doseženi dobiček podjetja.

Cilj vsakega trgovskega podjetja je v čim večji meri zadovoljiti potrebe kupcev in ustvariti načrtovani dobiček. Celotno poslovanje pa je treba prilagajati željam in potrebam kupcev.

Naloge prodaje so (Vrčon Tratar, 2012, str. 54):

- raziskava prodajnega trga,
- načrtovanje prodaje,
- oblikovanje prodajnega asortimenta,
- oblikovanje prodajnih cen,
- sprejemanje odločitev o prodajnih poteh, o načinu in metodah prodaje,
- vzpostavljanje poslovnih povezav in sklepanje pogodb s kupci,
- izvrševanje obveznosti iz sklenjenih kupoprodajnih pogodb,
- proučevanje in reševanje reklamacij,
- izvajanje različnih ukrepov za pospeševanje prodaje,
- izvajanje oglaševalskih akcij,
- vodenje evidenc in kontrola prodaje,
- organiziranje prodajne službe.

## 3.2 ZALOGE TRGOVSKEGA BLAGA

### ➤ VRSTE ZALOG

Zaloga je količina nekega blaga, odložena na določenem mestu v podjetju. Nekatera podjetja morajo blago kupovati na zalogo, druga lahko naročajo po potrebi, tretja pa usklajujejo nabavo blaga s prodajo (Grintal, 2011, str. 6).

Dejavnost trgovine je treba spremljati na podlagi trgovskih, davčnih in računovodskih predpisov. Treba je zajemati posebej nabavo ter posebej prodajo, in sicer tako, da lahko kadar koli postrežemo s podatki o nabavi, prodaji in zalogi trgovskega blaga (Černač Stupar, 2010, str. 23).

Ločimo več vrst zalog (Grintal, 2011):

- surovine in material (sredstva, ki so potrebna proizvodnjo),
- drobni inventar (sredstva, udeležena v poslovnem procesu),
- zaloga embalaže (predstavlja vračljivo in nevračljivo embalažo),
- nedokončana proizvodnja (proizvodi in storitve, ki se pretvarjajo v končni izdelek),
- gotovi proizvodi (rezultat proizvodnje),
- trgovsko blago (blago za nadaljnjo prodajo).

Za izvajanje svoje dejavnosti trgovska podjetja uporabljajo večinoma zaloge trgovskega blaga in gotovih proizvodov.

### ➤ VREDNOTENJE ZALOG TRGOVSKEGA BLAGA

Zaloge trgovskega blaga se lahko vrednotijo po:

- nabavni vrednosti (nakupna vrednost blaga in neposredni (odvisni) stroški nakupa),
- prodajni vrednosti (nabavna vrednost in marža),
- maloprodajnih vrednosti (prodajna vrednost z davkom na dodano vrednost).

Vodenje evidenc po nabavni vrednosti je primerno predvsem za trgovce z manjšim obratom zalog. Zaloge po prodajni vrednosti vodijo predvsem veletrgovci z velikim številom izdelkov, zaloge pa se ne obračajo tako hitro. Po maloprodajni vrednosti zaloge vodijo predvsem trgovci na drobno, ki blago prodajajo končnim kupcem (Kolander, 2007).

### ➤ METODE VREDNOTENJA PORABE ZALOG (KVANTITATIVNE METODE)

Nakupna vrednost istovrstnega blaga se lahko glede na različne nakupne količine in različno priznane rabate pri drugih različnih dobaviteljih spreminja.

Zato imajo podjetja pri vodenju porabe zalog na voljo naslednje kvantitativne metode vrednotenja:

- metoda zaporednih cen FIFO (podjetje iz zaloge odda najprej tiste količine blaga, ki so bile najprej prejete),
- metoda drsečih povprečnih cen (podjetje ob vsaki oddaji izračuna novo povprečno ceno),
- metoda tehtanih povprečnih cen (podjetje ob koncu vsakega obračunskega obdobja obračuna novo povprečno tehtano ceno),
- metoda stalnih cen (podjetje vse nove in oddane zaloge v obračunskem obdobju ovrednoti po stalnih cenah, na koncu obračunskega obdobja pa ugotovi odmike).

## 3.3 KNJIGOVODSKE LISTINE V TRGOVINI

Evidenco trgovskega blaga je treba voditi na podlagi trgovskih, davčnih in računovodskih predpisov.

Med knjigovodske listine uvrščamo samo tiste listine, ki izpričujejo že nastale poslovne dogodke. Iz tega izhaja, da so knjigovodske listine v posebni obliki sestavljen in s podpisom potrjen zapis o nastalem poslovnem dogodku (<http://www.knjiznica-celje.si/raziskovalne/4200607520.pdf>).

Poslovni dogodek predstavlja spremembo sredstev, obveznosti do virov sredstev, nastanek prihodkov, odhodkov in stroškov.

Knjigovodska listina je zapis poslovnega dogodka in je verodostojna, če se na njeni podlagi jasno in brez dvoma prepozna naravo in obseg poslovnega dogodka.

Glede na kraj nastanka ločimo:

- zunanje knjigovodske listine,
- notranje knjigovodske listine.

Zunanje knjigovodske listine se sestavljajo v okolju podjetja, v katerem nastajajo pomembni poslovni dogodki (dobavnica, račun dobavitelja), notranji pa v enotah ali računovodskih službah podjetij, v katerih nastajajo poslovni dogodki (izdajnica materiala, obračun amortizacije).

Knjigovodske listine delimo tudi na:

- izvedene knjigovodske listine,
- izpeljane knjigovodske listine.

Izvirne knjigovodske listine se sestavljajo na kraju in v času nastanka poslovnih dogodkov, izpeljane pa v knjigovodstvu, na podlagi izvirnih knjigovodskih listin ali v zvezi s preknjižbami v poslovnih knjigah.

Za vsako knjigovodsko listino, sestavljeno v podjetju, se imenuje fizična oseba, odgovorna za njeno resničnost in verodostojnost. Ko knjigovodsko listino podpiše, potrdi, da je prikaz poslovnega dogodka pravilen in skladen s pravili iz splošnega akta. Le taka knjigovodska listina se sme uporabiti pri knjigovodskem obravnavanju podatkov ([http://www.pavliha.org/SRS\\_1/SRS\\_21.htm](http://www.pavliha.org/SRS_1/SRS_21.htm)).

Ime knjigovodske listine izrazi vsebino poslovnega dogodka.

#### ➤ **KNJIGOVODSKE LISTINE, POVEZANE Z NAKUPI BLAGA**

Knjigovodske listine, ki so sestavljene v okolju podjetja, so zunanje knjigovodske listine.

Med zunanje knjigovodske listine sodijo listine, povezane z nakupi trgovskega blaga: dobavnica, prejeti račun dobavitelja, prejeti račun za predplačilo – avansni račun, prejeti bremepis, prejeti dobropis, obvestilo banke o stanju na poslovnem računu, razne odločbe državnih in drugih organov.

#### ➤ **KNJIGOVODSKE LISTINE, POVEZANE S PRODAJO BLAGA**

Knjigovodske listine, ki se sestavljajo v enotah podjetja, so notranje knjigovodske listine.

Med notranje knjigovodske listine sodijo listine, povezane s prodajo trgovskega blaga: izdan račun, izdan bremepis, izdan dobropis, izdan račun za prejeto predplačilo – avansni račun.

Za vodenje blagajniškega poslovanje se uporablja: blagajniški prejemek, blagajniški izdatek in blagajniški dnevnik. Omenjene listine sodijo med notranje knjigovodske listine.

#### ➤ **KNJIGOVODSKE LISTINE, POVEZANE Z ZALOGAMI BLAGA**

Med notranje knjigovodske listine sodijo tudi listine, povezane z zalogami: prejemnica blaga, izdajnica blaga, odpravnica blaga, vračilnica in povratnica blaga, izločnica blaga, odpisnica blaga, izničnica blaga.

## **4 PREDSTAVITEV PODJETJA XY**

Podjetje XY je bilo ustanovljeno leta 1995. Po Zakonu o gospodarskih družbah je organizirano kot delniška družba, kar pomeni, da je osnovni kapital razdeljen na delnice in po velikosti sodi med srednje družbe.

Srednja družba je družba, ki izpolnjuje dve od treh meril (ZGD-1-NPB14, 55. člen):

- povprečno število delavcev ne presega 250,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 40.000.000 €,
- vrednost aktive ne presega 20.000.000 €.

### **4.1 NARAVA POSLOVANJA IN POMEMBNEJŠE DEJAVNOSTI**

Glavna dejavnost podjetja je po standardni kvalifikaciji dejavnosti (SKD) G46.740 – trgovina na debelo s kovinskimi proizvodi, inštalacijskim materialom, napravami za ogrevanje.

Poleg trgovine s tehničnim blagom podjetje opravljanja več dejavnosti, najpomembnejše pa so naslednje:

- oskrba s paro in toplo vodo,
- distribucija plinastih goriv po plinovodni mreži,
- prenos in distribucija električne energije,
- inštalacije pri gradnji ter splošna mehanična in gradbena dela.

## 4.2 VIZIJA PODJETJA

Vizija podjetja je doseganje visokih standardov oskrbe in visoke stopnje kakovosti storitev, zagotavljanje zanesljive in redne oskrbe uporabnikov, naložbe v obnovo in posodobitev obstoječe infrastrukture, naložbe v novo infrastrukturo ter zagotovitev kontinuitete vseh dejavnosti.

Vizija podjetja je postati poslovno uspešno, stabilno in tržno orientirano podjetje, usmerjeno k racionalni izrabi naravnih in človeških virov.

## 5 FUNKCIJE TRGOVSKE DEJAVNOSTI ZNOTRAJ PODJETJA XY

V tem poglavju bomo predstavili organizacijo nabave; vse od potrebe po naročilu do samega naročila in prevzema blaga ter prodaje pravnim osebam in končnim kupcem.

### 5.1 NABAVA TRGOVSKEGA BLAGA IN KNJIGOVODSKE LISTINE

Trgovina ima s svojimi dobavitelji podpisane letne pogodbe, v katerih so določeni prodajni pogoji. Če se prodajni pogoji med letom spremenijo, se podpiše aneks k pogodbi. Podpisanih je približno 14 pogodb s stalnimi dobavitelji.

Trgovina razpolaga predvsem s tehničnim blagom, ki je stalno na zalogi. Prodajni program trgovine zajema prodajo plina, tehnično blago za vodovodne, ogrevalne inštalacije in material za elektroinštalacije.

V nadaljevanju bomo opisali postopek nabave trgovskega blaga in omenili knjigovodske listine, ki spremljajo postopek nabave.

#### ➤ NAROČILNICA

Nabava blaga se začne z iskanjem ponudb in izborom dobavitelja. Pri izbiri ustreznega dobavitelja je ključnega pomena raziskava trga. Pred sklenitvijo pogodbe je treba upoštevati več dejavnikov, kot so cena, rabat, kakovost, dobavni rok in rok plačila.

Dokument za naročanje blaga je naročilnica. Blago se lahko naroča v večjih količinah, na zalogo ali kot posamično naročilo, kar prinese dodatne stroške (stroški poštnine, stroški hitre pošte).



Nabava poteka tedensko, glede na količine, ki se jih potrebuje. Blago se lahko naroči neposredno z izdelavo naročila v programu BBIS, ki se ga posreduje dobavitelju, lahko telefonsko ali pa prek terenskih komercialistov.

➤ **DOBAVNICA**

Blago v trgovino dostavi dobavitelj, lahko prispe po pošti ali prek hitre pošte. V skladišče blago spremlja dobavnica, ki se predloži trgovskemu referentu.

➤ **PREVZEMNICA**

Podatke z naročilnice trgovski referent vnese v računalniški program BBIS. Vsak izdelek ima svojo kodo, ki se jo poišče v obstoječem šifrantu po nazivu izdelka, ali pa se odpre nova. Pri vnašanju kode se odpre aplikacija kalkulacija izdelka, kjer se vnese fakturno vrednost, rabat in maržo, ki predstavljajo prodajno vrednost. Prodajna vrednost, skupaj z davkom na dodano vrednost, oblikuje maloprodajno vrednost blaga.

Pri vnosu izdelkov mora referent preveriti nabavno vrednost dobavnice in prevzemnice, ki pa morata biti enaki. Šele takrat referent potrdi prevzem.

➤ **REKLAMACIJSKI ZAPISNIK**

Izvod prevzema pregleda prodajalec, ki preveri količino in ustreznost izdelka in ga potrdi s svojim podpisom. V primeru, da se količine ne skladajo ali da je blago poškodovano, o tem obvesti poslovodjo, ki napiše reklamacijski zapisnik. Dobavitelj običajno naknadno dostavi manjkajoče blago ali ga zamenja. V primeru, da dobavitelj izstavi dobropis ali bremepis, se naredi popravek prevzema.

➤ **PREJETI RAČUNI**

Prevzemnice potem počakajo na prejem računa. Prejeti račun se najprej vpiše v knjigo prejetih računov in se ga izroči trgovskemu referentu v podpis. Referent računu priloži ustrezno prevzemnico, s podpisom pa potrdi prejem in točnost podatkov.

Nabavo blaga računovodsko evidentiramo po prejetih računih dobaviteljev blaga in drugih dokumentih, ki dokazujejo nabavo in so vsebinsko in računovodsko pregledani.

Pri nabavi trgovskega blaga računovodstvo evidentira povečanje zaloge trgovskega blaga, vstopni DDV (davek na dodano vrednost) in povečanje obveznosti do dobavitelja.

## 5.2 SKLADIŠČENJE TRGOVSKEGA BLAGA

Kadar govorimo o skladiščanju, si želimo, da bi blago, ki prihaja v skladišče, nemoteno prihajalo in odhajalo iz njega brez zatikanj in nepreglednosti. Težave nastanejo, če je skladišče premajhno in zaradi tega pride do gneče in nepreglednosti.

Ker je kapaciteta skladiščnih prostorov v trgovini podjetja XY omejena, je blago treba naročati pogosteje.

## 5.3. PRODAJA TRGOVSKEGA BLAGA IN KNJIGOVODSKE LISTINE

Pri prodaji je bistvenega pomena zadovoljiti potrebe kupcev, trgovec pa mora znati blago prodati, biti fleksibilen. Trgovina razpolaga s tehničnim blagom, ki je stalno na zalogi. Če blaga ni na zalogi ali če trgovina ne razpolaga z izdelkom, po katerem kupec povprašuje, trgovec poišče možnega dobavitelja, povpraša po ceni in kupca o tem obvesti. Kupec pa se potem sam odloči oziroma pretehta, ali mu cena ustreza.

V manjših sistemih se trgovci kupcem lažje posvetijo in poskušajo zadovoljiti njihove potrebe. Ravno tako je v trgovini podjetja XY, kjer se zavedajo, da je kupec kralj.

Trgovina prodaja blago tako končnim kupcem kot tudi pravnim osebam. Končni kupec blago lahko plača z gotovino, plačilno ali kreditno kartico in ob plačilu prejme račun. Pravnim osebam pa se izstavi dobavnica, račun pa se izstavi dnevno ali zbirno enkrat ali dvakrat mesečno, če je tako dogovorjeno.

Trgovska podjetja kupujejo trgovsko blago po nabavnih cenah, prodajajo pa ga po prodajnih cenah, da si ustvarijo dobiček. Dobiček bodo dosegla le, če so prodajne cene dovolj visoke, da nadomestijo nabavno vrednost prodanega blaga ter krijejo stroške poslovanja (npr. amortizacijo, stroške dela, porabo pisarniškega materiala in drugega materiala, razne storitve drugih ipd.).

### Kalkulacija cene:

- kupna ali fakturna vrednost
- popusti
- + neposredni stroški nabave (prevoz, nakladanje, razkladanje, zavarovanje ipd.)
- = nabavna vrednost
- + marža
- = prodajna vrednost brez DDV
- + DDV
- = prodajna vrednost z DDV

V poletnih mesecih se v trgovini podjetja XY bolj povprašuje po blagu, namenjenemu kampiranju, v jesenskih mesecih po ogrevalnih napravah, pa tudi po blagu za vzdrževanje ogrevalnih naprav, vse leto pa po blagu za vodovodne in elektroinštalacije ter prodaji gospodinjskega plina.

## **5.4 ZALOGE TRGOVSKEGA BLAGA**

Trgovsko blago se ob začetku pripoznanja ovrednoti po nabavni vrednosti, ki jo sestavljajo nakupna cena, zmanjšana za dobljene popuste, in neposredni stroški nabave.

Zaloge trgovina porablja v skladu z metodo zaporednih cen (FIFO). Iz zaloge odda najprej tiste količine blaga, ki so najprej prejete.

Trgovsko podjetje podrobno vodi evidenco o zalogah blaga, za vsako vrsto blaga posebej (v blagovnem knjigovodstvu se vodi podrobna evidenca zaloge blaga, tako po količini kot po vrednosti posamezne vrste) in v skupni vrednosti, za vse vrste blaga skupaj (t. i. sintetična evidenca, ki se vodi v glavni knjigi; vrednostno za vse vrste blaga skupaj na kontih zaloge trgovskega blaga).

## **6 POSLOVNA ANALIZA PROCESOV NABAVE IN PRODAJE V PODJETJU XY**

Nabava in prodaja sta najpomembnejši temeljni poslovni funkciji v trgovskem podjetju. Nabava je podrejena prodajni funkciji, kar pomeni, da so cilji nabave povezani s cilji prodaje. Nabavna funkcija skrbi za nabavo trgovskega blaga, prodajna funkcija pa mora to blago prodati.

V nadaljevanju se bomo osredotočili na poslovno analizo procesov nabave, prodaje in zaloge trgovskega blaga in izračunali nekaj koeficientov, ki so z nabavo, prodajo in zalogami povezani.

### **6.1 ANALIZA NABAVE**

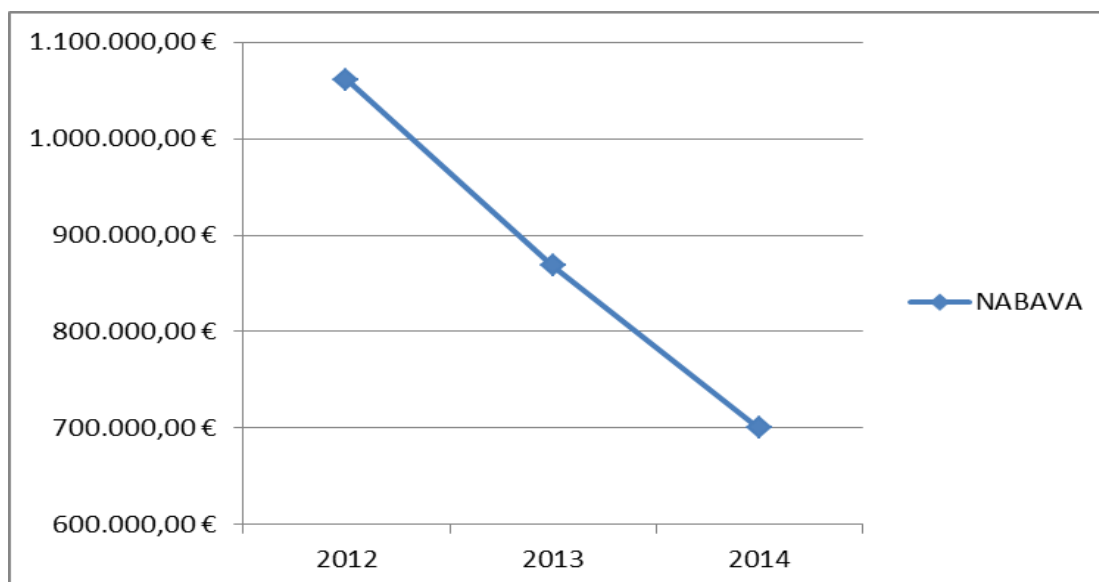
Pri nabavi imajo pomembno vlogo dobavitelji trgovskega blaga. Pomembni sta kakovost dostavljenega blaga in hitrost njegove dobave. Takojšnja razpoložljivost blaga je osnova ustvarjanja zalog in s tem višja raven ponudbe blaga kupcem. Možnost izpolnitve naročila blaga v trenutku, ko kupec to želi ali potrebuje, zelo vpliva na njegovo zadovoljstvo.

Smiselno bi morala trgovina trgovsko blago z večjo vrednostjo naročati zares samo takrat, ko ga potrebuje oziroma ko je po njem povpraševanje, blago s srednjo vrednostjo samo optimalne količine, blago z manjšo nabavno vrednostjo pa na zalogo. S tem bi se izognili preveliki zalogi.

Pri analizi nabave trgovskega blaga smo obravnavali pregled nabave in pregled največjih dobaviteljev v proučevanem obdobju.

<b>Nabava</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Trgovina	1.061.295 €	868.552 €	700.479 €

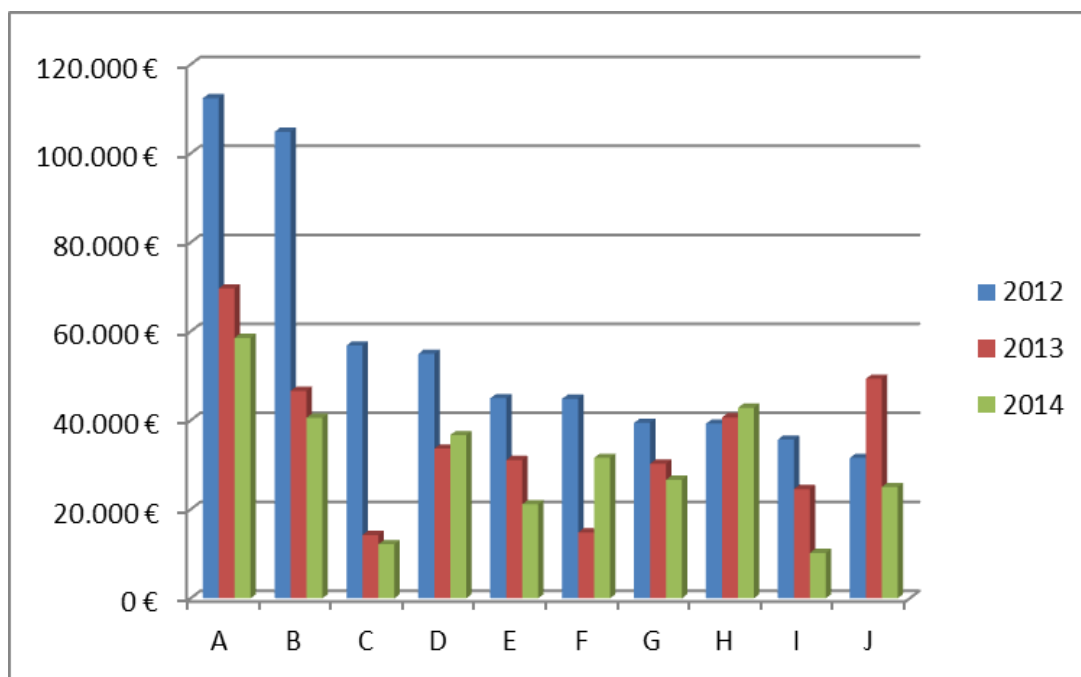
*Tabela 1: Nabava trgovskega blaga po nabavni ceni med letoma 2012–2014  
(Vir: interni podatki podjetja)*



*Graf 1: Nabava trgovskega blaga po nabavni ceni med letoma 2012–2014  
(Vir: interni podatki podjetja)*

Iz tabele 1 in grafa 1 je razvidno, da nabava trgovskega blaga v proučevanem obdobju drastično upada. Glede na to domnevamo, da bi bil upad nabave lahko povezan s padcem prodaje zaradi krize na trgu, z omejitvijo prodaje blaga kupcem zaradi plačilne nediscipline, lahko pa bi bil povezan z omejitvijo nabave zaradi prevelikih zalog.

Pri analizi nabave po dobaviteljih smo izbrali deset največjih dobaviteljev in smo jih poimenovali z A, B, C ... in J.



Graf 2: Nabava trgovskega blaga po dobaviteljih med letoma 2012–2014  
(Vir: interni podatki podjetja)

Največji je dobavitelj A, ki prek leta dobavlja material za vodovodne inštalacije, sledi mu dobavitelj B, ki dobavlja material za bakrene inštalacije in dobavitelj D, ki prek leta dobavlja peči. Poleg teh so še ostali večji dobavitelji (C, E, F, G, H, I, J), ki dobavljajo material za plinske in električne inštalacije, material za centralno ogrevanje, peči, plin, elektroniko in plastične cevi.

Ugotovljeno je bilo, da v letu 2012 izstopata dobavitelja A in B z visoko vrednostjo nabave. Vzrok za to bi lahko povezali s povpraševanjem kupcev po tovrstnih izdelkih, se pravi po materialu za vodovodne in bakrene inštalacije, kar je lahko posledica večje gradnje na trgu v tem obdobju.

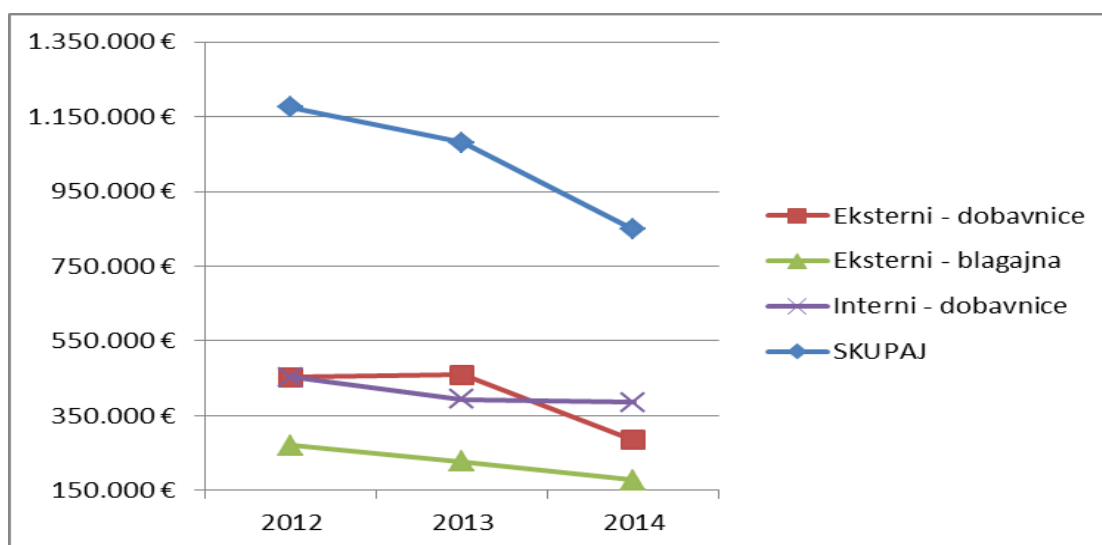
## 6.2 ANALIZA PRODAJE

Prodaja trgovskega blaga v trgovini poteka tako za eksterne kot za interne kupce. Eksternim kupcem se prodaja blago po pogodbi ali prek naročilnice, če so to pravne osebe, ali pa direktno na blagajni končnim kupcem. Interne kupce pa predstavlja dobava blaga ostalim sektorjem v podjetju ali poraba blaga za lastno rabo.

Pri analizi prodaje nas zanima, kakšna je struktura prodaje po kupcih, ali se je prodaja z leti povečala ali zmanjšala.

KUPCI	2012	2013	2014
Eksterni – dobavnice	453.033 €	459.053 €	285.027 €
Eksterni – blagajna	269.731 €	227.732 €	177.924 €
Interni – dobavnice	452.092 €	394.187 €	385.575 €
<b>SKUPAJ</b>	<b>1.174.856 €</b>	<b>1.080.972 €</b>	<b>848.526 €</b>

Tabela 2: Pregled prodaje po kupcih po prodajni vrednosti med letoma 2012–2014  
(Vir: interni podatki podjetja)



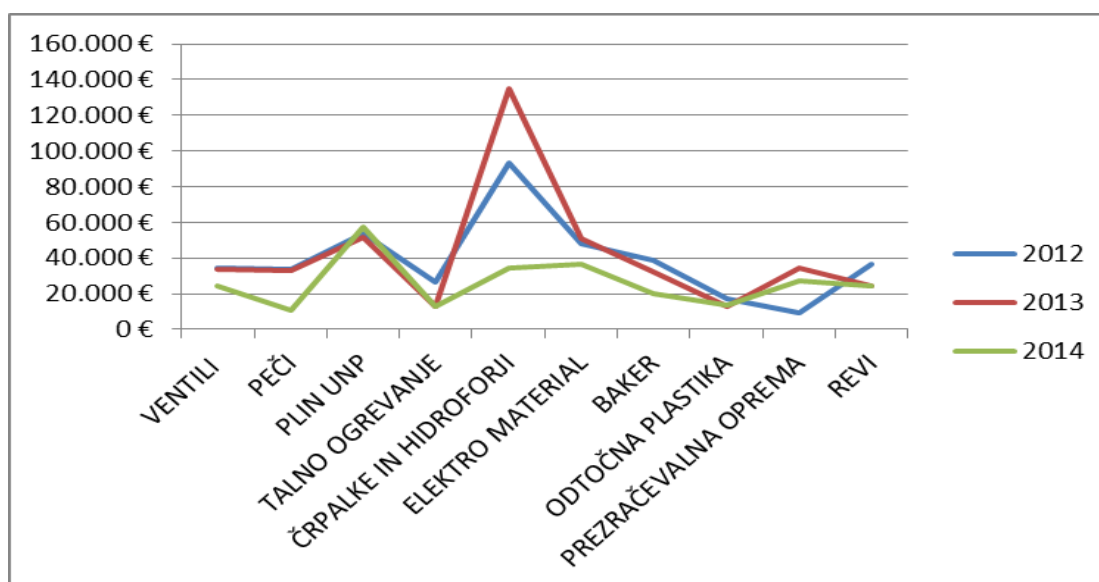
Graf 3: Pregled prodaje po kupcih po prodajni vrednosti med letoma 2012–2014  
(Vir: interni podatki podjetja)

Iz grafa 3 je razvidno, da je prodaja v letu 2014 močno upadla. Prodaja eksternim kupcem na blagajni enakomerno pada, ravno tako interna prodaja, eksterna prodaja prek dobavnic pa se je leta 2013 rahlo povečala, nato pa je v letu 2014 zaznan močan padec prodaje. Upad prodaje povezujemo z razmerami na trgu, saj je zaradi krize prenehalo opravljati dejavnost kar nekaj kupcev, registriranih kot s. p. (samostojni podjetnik).

Trgovina razpolaga s tehničnim blagom, ki je razvrščen po različnih blagovnih skupinah. Zanima nas, katere blagovne skupine se dobro prodajajo, zato bomo naredili analizo prodaje po blagovnih skupinah po prodajni vrednosti proučevanega obdobja.

<b>BLAGOVNA SKUPINA</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
VENTILI	34.415 €	33.654 €	24.216 €
PEČI	33.358 €	32.638 €	10.416 €
PLIN UNP	53.846 €	51.894 €	57.726 €
TALNO OGREVANJE	26.342 €	13.135 €	12.926 €
ČRPALKE IN HIDROFORJI	93.406 €	134.597 €	34.611 €
ELEKTRO MATERIAL	48.203 €	51.167 €	36.483 €
BAKER	38.343 €	31.926 €	20.111 €
ODTOČNA PLASTIKA	17.026 €	12.697 €	13.236 €
PREZRAČEVALNA OPREMA	9.336 €	34.484 €	27.527 €
REVI	36.672 €	24.613 €	24.206 €

*Tabela 3: Prodaja po blagovnih skupinah po prodajni vrednosti med letoma 2012–2014  
(Vir: interni podatki podjetja)*



*Graf 4: Prodaja po blagovnih skupinah po prodajni vrednosti med letoma 2012–2014  
(Vir: interni podatki podjetja)*

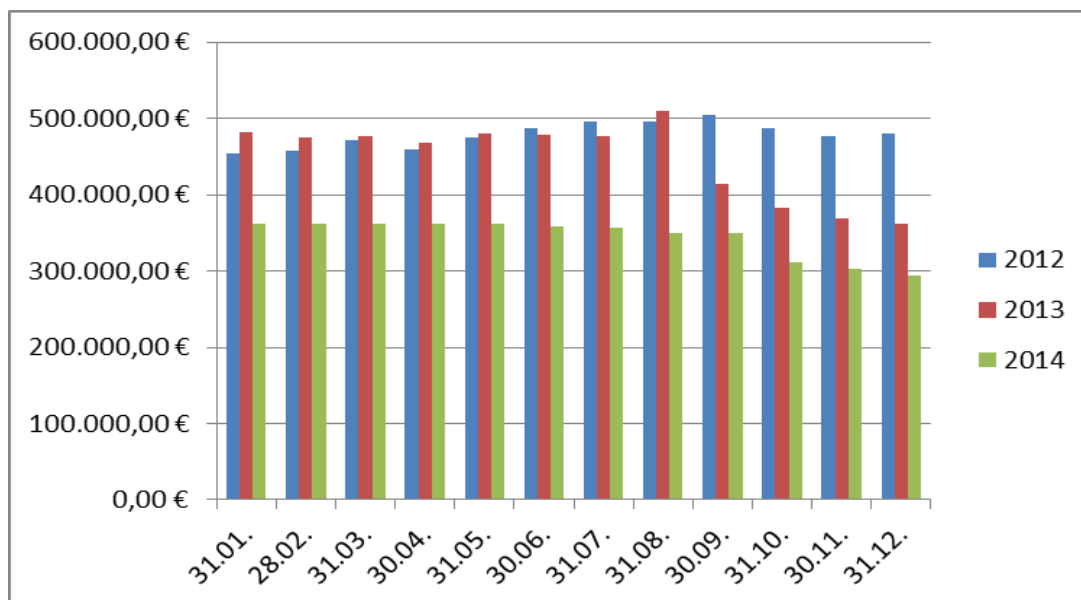
Graf 4, po blagovnih skupinah, nam v letu 2012 prikaže visoko vrednost prodaje črpalk in hidroforjev, prav tako v letu 2013, kar bi lahko bila posledica večjih gradenj na trgu. V letu 2014 malenkostno izstopa prodaja plina UNP. Ugotovljeno pa je bilo, da je v vseh letih enakomerna prodaja odtočne plastike in plina UNP.

### 6.3 ZALOGE TRGOVSKEGA BLAGA

V okviru zalog smo analizirali zalogo trgovskega blaga po mesecih za leta 2012, 2013 in 2014 in to prikazali v tabeli 4 in grafu 5.

NA DAN	2012	2013	2014
1. 1. – otvoritev	456.911 €	480.658 €	360.974 €
31. 1.	454.507 €	482.274 €	362.072 €
28. 2.	458.226 €	475.126 €	362.331 €
31. 3.	471.828 €	475.940 €	361.244 €
30. 4.	459.709 €	468.423 €	362.334 €
31. 5.	475.708 €	479.818 €	362.173 €
30. 6.	487.247 €	478.256 €	359.080 €
31. 7.	495.227 €	477.386 €	357.070 €
31. 8.	495.532 €	509.355 €	349.744 €
30. 9.	503.947 €	414.388 €	350.230 €
31. 10.	486.669 €	382.562 €	311.776 €
30. 11.	476.908 €	368.083 €	302.459 €
31. 12.	480.658 €	360.974 €	293.477 €

Tabela 4: Zaloge trgovskega blaga po mesecih med letoma 2012–2014  
(Vir: interni podatki podjetja)



Graf 5: Zaloge trgovskega blaga po mesecih med letoma 2012–2014  
(Vir: interni podatki podjetja)



Kot je razvidno iz tabele 4, je trgovina razpolagala z zalogami na dan 31. 12. 2012 v vrednosti 480.658 €, kar je največ v preučevanem obdobju. Na dan 31. 12. 2013 je zaloge zmanjšala za 24,90 % glede na leto 2012, v letu 2014 pa je imela za 38,94 % manjšo zalogo glede na leto 2012 in za 18,70 % manjšo glede na leto 2013.

Glede na to, da je podjetje leta 2011 zaprlo eno od trgovin in je zaloge v vrednosti 52.230 € prenesla na trgovino, ki jo analiziramo, domnevamo, da ravno zato trgovina razpolaga z veliko vrednostjo še neprodane zaloge. Vendar pa je iz grafa 5 razvidno, da se vrednost zaloge iz leta v leto počasi znižuje.

Kot smo omenili, velika zaloga zaradi prenosa zalog blaga iz ene v drugo trgovino predstavlja velik problem v podjetju, saj to pomeni dodatne stroške (stroški skladiščenja, stroški vzdrževanja, amortizacije, stroški razsvetljave, zavarovanja itd.). V zalogah je običajno tudi nekurantna zaloga, ki se slabo prodaja in zato bremeni zalogo. Podjetju tudi prevelika vrednost zalog predstavlja nepotrebno vezavo finančnih sredstev, saj bi jih lahko uporabilo v druge namene.

Zato nas zanima, kako hitro se obračajo zaloge trgovskega blaga in kako s poenostavljenim izračunom zmanjšati zalogo na minimum.

Kako hitro se obračajo zaloge trgovskega blaga v obračunskem obdobju, nam pove koeficient obračanja zalog trgovskega blaga. Če število dni merjenega obdobja delimo s koeficientom, dobimo število dni vezave zalog trgovskega blaga.

$$\text{koeficient obračanja zalog trgovskega blaga} = \frac{\text{prodano blago v proučevanem obdobju (nabavna vrednost)}}{\text{povprečno stanje zalog blaga (nabavna vrednost)}}$$

Večji ko je koeficient, bolje se blago prodaja. V primeru, da je koeficient majhen, bi bilo smiselno ukrepati na področju pospeševanja prodaje ali razmisliti o ukinitvi prodaje slabo prodajane izdelka oziroma izdelkov. Cilj podjetja je vsekakor povečanje koeficienta, tako so sredstva krajši čas vezana v zalogah.

	2012	2013	2014
<b>Promet v obdobju</b>	722.761 €	686.782 €	462.950 €
<b>Povprečje zalog</b>	468.785 €	420.816 €	327.226 €

Tabela 5: Promet v obdobju in povprečje zalog v trgovini med letoma 2012–2014  
(Vir: interni podatki podjetja)

FORMULE	2012	2013	2014
<b>K = promet v obdobju/povprečna zaloga</b>	1,54	1,63	1,41
<b>K = 365 dni/K obračanja (dni)</b>	236,74	223,65	257,99
<b>K = 365 dni/ciljni K obračanja (90 dni)</b>	4,06	4,06	4,06
<b>Optimalna povprečna zaloga = promet v obdobju/K obračanja</b>	178.215 €	169.344 €	114.152 €
<b>Prevelika povprečna zaloga v €</b>	290.570 €	251.473 €	213.074 €
<b>Prevelika povprečna zaloga v %</b>	163,04	148,50	186,66

*Tabela 6: Izračun koeficienta obračanja zalog in izračun optimalne zaloge med letoma 2012–2014*

*(Vir: interni podatki podjetja)*

Iz tabele 6 je razvidno, da ima trgovina v vseh treh letih občutno previsoko zalogo, saj se zaloga v vseh treh letih obrača izredno počasi, od 8 do 9 mesecev. Glede na to, da trgovina še kar razpolaga z zalogo, ki se je prenesla z zaprtjem ene poslovalnice, nas to ne preseneča.

Treba bi bilo uvesti nujni ukrep na področju odprodaje zalog. Glede na to predlagamo povečanje intenzivnosti oglaševanja (internet – Bolha, lokalni časopisi, radio), popuste in uvedbo dodatne akcije (npr. žrebanje).

## 7 OPTIMIZACIJA POSTOPKOV

Optimizacija omogoča izboljšavo poslovanja, zmanjšuje stroške poslovanja in izboljša zadovoljstvo strank.

V nadaljevanju navajamo predloge za izboljšavo procesov v trgovini.

### 7.1. IZBIRA IZDELKOV

Trgovina razpolaga s tehničnim blagom, ki je običajno stalno na zalogi in se nabavlja glede na potrebe oziroma prodajo, individualno povpraševanje kupcev, kjer je treba upoštevati individualne značilnosti in potrebe ter sezonsko povpraševanje po različnem blagu. Zaradi različnih potreb trga bi ga bilo smiselno raziskati in poiskati načine za pospeševanje prodaje.

Glede na to menimo, da bi bilo treba opredeliti potrebe, izbrati širino asortimenta (koliko različnih izdelkov nabavljati) in globino asortimenta (koliko vrst istega izdelka nabavljati). To bi lahko dosegli z anketiranjem kupcev.

Povezati se je treba z dobavitelji, s katerimi bi skupaj predstavili kakšen nov izdelek in pri tem ponudili promocijske cene. Pri tem je pomembno pri kupcu vzbuditi

zanimanje. Velikega pomena so tudi vzdušje v trgovini, skrb za urejenost trgovine in izložbenih oken, vedenje prodajalcev in njihovo strokovno znanje o blagu, ki ga prodajajo. Zato menimo, da bi bilo kadeer treba stalno izobraževati na strokovnem področju in področju odnosa s strankami.

## **7.2 IZBIRA DOBAVITELJEV**

Za podjetje so dobri dobavitelji zelo pomembni. V praksi se blago nabavlja pri že preverjenih dobaviteljih, s katerimi so podpisane pogodbe. Dodatna raziskava trga bi doprinesla še marsikateri evro. Trg je velik, le raziskati ga je treba. Ponudbe se običajno iščejo pri dobaviteljih, s katerimi se že posluje, smiselno pa bi bilo letno iskati nove ponudbe pri novih dobaviteljih ali pa ponudbe iskati tudi direktno pri proizvajalcih, pri katerih bi morali naročati večje količine blaga. Velikih količin blaga pa ni smiselno naročati zaradi omejene kapacitete skladišča.

## **7.3 DODATNI POPUST**

Rok plačila pri stalnih dobaviteljih je različen, od 30 do 90 dni. Nekaj dobaviteljev ob takojšnjem plačilu, v roku 8 do 10 dni, odobri še dodatni 3 % popust. Pri tem se privarčuje marsikateri evro. Smiselno pa bi bilo pridobiti še kakšnega potencialnega dobavitelja.

## **7.4 NAČIN VPLIVA NA CENO**

Omenimo naj enega od načinov vpliva na ceno; to so nabavne avkcije oziroma obratne dražbe, pri katerih kupec in prodajalec zamenjata vloži. Kupec, v tem primeru trgovina, bi objavila nabavne pogoje, prodajalci oziroma dobavitelji pa bi vodili dražbo na ta način, da bi zniževali ceno. Ob koncu avkcije je zmagovalec tisti, ki poda najboljšo ponudbo, kupec pa kupi predmet avkcije.

## **7.5 DOLOČANJE OPTIMALNE ZALOGE**

Zadostna zaloga omogoča trgovini nemoteno delovanje, vendar pa prevelika zaloga pomeni vezana finančna sredstva (obratna). To posledično vpliva na likvidnost podjetja in povzroča dodatne stroške skladiščenja (zavarovanje, vzdrževanje prostorov, amortizacija, električna energija itd.).

Pri nabavi oziroma naročanju je treba določiti ustrezen čas nabave, z upoštevanjem časa dobave dobavitelja ter stroškov nabave. Če nabavljamo večje količine, je blago stalno na zalogi, nabava pa je cenejša zaradi nižjih prevoznih stroškov. Slabost tega je večja vezava denarnih sredstev in možnost, da vse blago ne bo prodano. Pri posamični nabavi, ko nabavljamo manjšo količino blaga za znanega kupca, gre za

majhno vezavo sredstev. Vendar pa je slabost, da mora kupec pogosto dalj časa čakati na dostavo.

Določiti bi bilo treba optimalne zaloge, ki predstavljajo zalogo, ki ni ne premajhna in ne prevelika. Menimo, da bi si lahko pomagali z izračunom koeficienta obračanja zalog in izračunom trajanja enega obrata zaloge. Pri tem bi dobili podatek, v kolikšnem času se nam obrne zaloga glede na rok dobave dobavitelja. Ob zanesljivih dobaviteljih in njihovih rokih dobave bi lahko približno izračunali optimalno zalogo.

## 7.6 ZMANJŠANJE NEKURANTNIH ZALOG

Pri skladiščenju je treba paziti, da je blago pregledno pospravljeno in da zaradi omejene kapacitete ne povzroča gneče. Zgodi pa se, da se blago založi ali se ne prodaja po pričakovanjih, zato obtiči na policah. Temu blagu rečemo nekurantno blago oziroma nekurantna zaloga, ki v vsakem podjetju predstavlja problem. Smiselno bi bilo omenjene zaloge čim prej prodati, kljub temu da je cena nižja od nabavne vrednosti. S tem bi razbremenili skladiščni prostor in s tem povezane stroške. Če nekurantnih zalog ne moremo prodati, se nam pojavi vprašanje, kaj z njimi storiti.

Predlagamo lahko nekaj možnih rešitev, kot so:

- akcijsko znižanje cen, npr. 50 do 70 %,
- blago podarimo kupcem pri večjih nakupih ali kot novoletno darilo,
- blago prodamo prek spleta,
- podarimo blago za srečelov,
- skrajna možnost, da zaloge uničimo.

## 7.7 NADGRADNJA INFORMACIJSKEGA SISTEMA

Pri evidentiranju trgovskega blaga se uporabljajo trije informacijski sistemi. Trgovina za prevzem in prodajo blaga uporablja informacijski sistem BBIS, za analitični prenos izdanih računov v sistem računovodstva pa prek programa PRIMEJ program SAOP. Pri tem se uporabljata dva šifrantna komitentov, trgovina in računovodstvo vsak svojega. Kumulativne podatke za obračunski mesec je treba posebej ročno knjižiti v glavno knjigo.

Smiselno bi bilo, da bi tri različne informacijske sisteme zamenjali za enega samega, saj trije povzročajo večkratno podvajanje vnosa enakih podatkov. Pri tem se močno poveča možnost napak pri vnosu, slabo se izkorišča čas zaposlenih pri vnosu podatkov, plačujejo se stroški vzdrževanja več različnih programov in onemogočena sta avtomatski prenos podatkov ter vpogled v stanje dolžnikov.

Pri tem ugotavljamo, da bi v primeru poenotenega informacijskega sistema precej prihranili na času kot tudi na denarju.

## **7.8 UVEDBA BRALNIKA ČRTNIH KOD**

Vodenje blaga v trgovini še vedno poteka po šifrah, kjer ima vsak izdelek svojo šifro. Ugotavljamo, da je zato delo zamudno, tako pri iskanju, vnašanju, prodaji, vodenju trgovskega blaga kot tudi pri inventuri. Ravno pri inventuri se ugotavlja, da zaradi podobnega blaga in šifer prihaja do razlik med dejanskim in knjiženim stanjem.

Smiselno bi bilo uvesti vodenje s črtnimi kodami, ki omogočajo hitrejše in natančnejše zajemanje podatkov. Za branje črtnih kod se uporablja bralnik črtnih kod, ki bi trgovcem olajšal delo, tako pri naročanju in prodaji na blagajni kot tudi pri inventuri.

Ker trgovina razpolaga oziroma prodaja tudi zelo drobni material, npr. posamične vijake, na katere bi črtne kode težko nalepili, bi bilo treba tak material prodajati v kompletu.

## **7.9 ELEKTRONSKO PODPISOVANJE**

Računi, ki jih prejmemo od dobaviteljev, se v računovodstvu najprej vpišejo v knjigo prejetih računov. Ker sta računovodstvo in trgovina na različnih lokacijah, je treba račune fizično prenesti trgovinskemu referentu v obdelavo. Obdelan račun v trgovini s svojim podpisom overijo tri osebe, trgovinski referent, poslovodja in komercialist. Podpisan račun se izroči še v podpis direktorju. Pri tem lahko nastane velik časovni zamik, preden se račun vrne v računovodstvo.

Smiselno bi bilo uvesti elektronsko podpisovanje na način, da bi se prejeti račun v računovodstvu skeniral, trgovinski referent bi ga opremil s priložo, temu pa bi sledilo elektronsko podpisovanje. Tak sistem podpisovanja bi veliko prihranil na času.

## **7.10 MOTIVIRANJE IN NAGRAJEVANJE TRGOVCEV**

Eden od načinov, kako pospešiti prodajo, je tudi motivacija in nagrajevanje trgovcev. Smiselno bi bilo uvesti nederarne oblike motivacij, kot so priznanja in pohvale, ki so se izkazale za zelo spodbudne. Za podjetje bi bilo to najceneje. Pomembno je vzpostaviti dobre oziroma kvalitetne odnose, zaposlenim pa pokazati, da vodstvu podjetja ni vseeno zanje in da so za podjetje pomembni. Nezadovoljni zaposleni so lahko tudi manj produktivni, zato bi jim bilo treba dajati povratne informacije, kako njihovo delo vpliva na končni rezultat.

Smiselno bi bilo uvesti nagrajevanje z javno pohvalo v podjetju, s podeljevanjem naziva »najuspešnejši trgovec«, s plačilom dodatnega izobraževanja, ustrežnejšo urejenostjo delovnega mesta, sodobnejšo opremo na delovnem mestu, raznimi ugodnostmi za zaposlene, kot so varstvo otrok, finančna pomoč, rekreacijski programi itd.

Za nekatere zaposlene motivacijo predstavlja le denarno nagrajevanje, saj so denarne nagrade lahko zelo privlačne in izboljšajo finančno stanje. Vendar ugotavljamo, da tovrstne nagrade sčasoma postanejo samoumevne. Ker smo še v času recesije, nam je lahko v veliko zadovoljstvo, da je plača še vedno izplačana vsak mesec.

## **7.11 VZPOSTAVITI CRM SISTEM**

CRM pomeni Customer Relationship Management oziroma upravljanje odnosov s strankami. CRM predstavlja strategijo v podjetju, ki je bolj usmerjena na odnose s strankami. Bistvo prodaje v trgovini je stranke pridobiti, jih obdržati, saj velika kupna moč prinaša dobiček.

Z omenjenim sistemom bi lahko vzpostavili bazo podatkov obstoječih strank in poiskali nove. Sistem omogoča zbiranje vseh podatkov o strankah, kaj so kupile in koliko, kakšne želje in potrebe imajo. Na ta način bi prepoznali stranke, ki prinašajo največji dobiček in s tem še povečali trud, da bi zadovoljili njihove želje in potrebe. Občasno bi z njimi vzpostavili stik zaradi meritve kakovosti zadovoljstva.

# **8 ZAKLJUČEK**

## **8.1 OCENA UČINKOV**

Razmere na trgu, zastavljeni cilji in strategija podjetja so bistvenega pomena, da podjetje ostaja uspešno in dosega svoj želeni dobiček. Kot smo omenili v uvodu, mora biti poslovanje organizirano tako, da kljub težavam ostane uspešno. Za to sta potrebna ustrezno znanje ter sposobnost, znati pa je treba tudi sprejemati pomembne odločitve v zvezi s poslovanjem.

Cilj diplomske naloge je bilo analizirati postopke nabave in prodaje trgovskega blaga in izpostaviti probleme pri postopkih ter podati predloge izboljšav. Z analiziranjem smo prišli do rezultatov, ki potrjujejo naša domnevanja v uvodu.

Izpostavljeno je bilo podjetje s trgovinsko dejavnostjo, ki je pomemben člen posredovanja trgovskega blaga med dobavitelji oziroma proizvajalci in potrošniki. Pri

tem je pomembno blago prodati po dovolj visokih prodajnih cenah, ki nadomestijo nabavno vrednost prodanega blaga ter krijejo stroške poslovanja, in da pri teh cenah ustvarjajo dobiček. Evidentiranje podatkov mora biti ažurno, saj le tako odgovorni v podjetju zaznajo težave oziroma krizo v podjetju.

Zelo pomembna je tudi komunikacija s strankami, da poznamo njihovo vedenje, kupne navade, saj se le tako poveča trud, da bi v kakovostni meri zadovoljili njihove potrebe in želje, kar je poleg doseganja dobička tudi cilj podjetja.

Z analizo smo ugotovili, da največji problem v podjetju predstavlja prevelika zaloga, ki vpliva na likvidnost podjetja. Zato bi se bilo v podjetju treba posvetiti problematiki oblikovanja optimalnih zalog, pri tem pa zmanjšati stroške poslovanja. Bistvo oblikovanja optimalnih zalog so čim manjša vezava denarnih sredstev v zalogah, čim manjši stroški skladiščenja, čim hitreje obračanje zalog, vendar pa kljub temu zagotovitev takojšnjega odziva na zahteve kupcev in nemoteno poslovanje.

Ugotovili smo, da trgovina razpolaga z občutno prevelikimi zalogami, ki so posledica prenosa zalog iz ene v drugo trgovino zaradi prenehanja delovanja ene od trgovin.

Nujno bi bilo treba ukrepati tudi na področju odprodaje nekurantnih zalog s pospeševanjem prodaje in intenzivnostjo oglaševanja. S tem bi se tako zaloge kot tudi nepotrebna vezava denarnih sredstev v zalogah zmanjšale.

Najpomembnejši del v trgovskih podjetjih je seveda prodaja, saj se takrat zaloge preoblikujejo v terjatev, terjatev pa v denar.

V diplomski nalogi smo prikazali tudi potek nabave in prodaje trgovskega blaga v trgovini podjetja XY na praktičnem primeru in pri tem ugotovili, da podjetje pri tem uporablja tri informacijske sisteme, ki močno povečajo možnost napak pri vnosu podatkov, plačujejo pa se tudi stroški vzdrževanja teh sistemov. Vodstvo podjetja bi moralo začeti razmišljati v tej smeri, da poenoti informacijski sistem in pri tem zmanjša stroške na področju vzdrževanja, pa tudi bolje izkoristi čas zaposlenih pri vnašanju in avtomatskemu prenosu podatkov. S tem bi se možnost napak zmanjšala.

Velik pomen v trgovskih podjetjih imajo trgovci sami. Dobrega trgovca imajo stranke rade in se z veseljem vračajo. Že prijazen sprejem v trgovini pri stranki naredi dober prvi vtis, predvsem pa ga naredi trgovec z ustreznim pristopom, strokovnim znanjem in svetovanjem. Ugotovili smo, da je trgovce treba motivirati in nagrajevati, saj le zadovoljni in motivirani zaposleni prinašajo pozitivno poslovanje in s tem povezan dobiček.

## **8.2 POGOJI ZA UVEDBO**

V vsakem podjetju poteka proces vodenja, ki se mora prilagajati trgu in se dovolj hitro odzvati, ko se okolje začne spreminjati. Prav od pravočasne odzivnosti je odvisno, ali podjetje ostane uspešno ali podleže težavam in zapre svoja vrata. Ravno zato mora biti evidentiranje podatkov ažurno, saj le tako odgovorni v podjetju zaznajo težave oziroma krizo v podjetju.

## **8.3 MOŽNOST NADALJNJEGA RAZVOJA**

Prišli smo do spoznanja, da podjetje kljub gospodarski krizi posluje z dobičkom in ohranja konkurenčnost na trgu. S sprotnim spremljanjem poslovanja in sprotnim reševanjem težav ter pravilnim odzivom vodstva bo še vedno ostalo uspešno.



## LITERATURA IN VIRI

### Knjige:

- Letno poročilo podjetja XY.
- Potočnik, V. (2001). *Trženje v trgovini*. Ljubljana: GV Založba.
- Turk, I., Melavc, D. (2001). *Računovodstvo*. Kranj: Moderna organizacija.

### Spletne strani:

- Černač Stupar, T. (2010). *Evidentiranje materiala, blaga in storitev*. Ljubljana: GZS Ljubljana. Pridobljeno 3. 11. 2015 z naslova [https://www.google.si/?qws\\_rd=cr,ssl&ei=kfI4VrGoOofmyQP6q4TICQ#q=EVIDENTIRANJE+MATERIALA%2C+BLAGA+IN+STORITEV](https://www.google.si/?qws_rd=cr,ssl&ei=kfI4VrGoOofmyQP6q4TICQ#q=EVIDENTIRANJE+MATERIALA%2C+BLAGA+IN+STORITEV).
- Grintal, B. (2011). *Upravljanje zalog*. Ljubljana: Zavod IRC. Pridobljeno 3. 11. 2015 z naslova [http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti\\_dokumenti/Upravljanje\\_zalog-Grintal.pdf](http://www.impletum.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Upravljanje_zalog-Grintal.pdf).
- *Računovodstvo Pavliha*. Pridobljeno 3. 11. 2015 z naslova [http://www.pavliha.org/SRS\\_1/SRS\\_21.htm](http://www.pavliha.org/SRS_1/SRS_21.htm).
- *Zakonodaja.com*. Pridobljeno 3. 11. 2015 z naslova <https://zakonodaja.com/zakon/zgd-1/55-clen-mikro-majhne-srednje-in-velike-druzbe>.
- Kajtna, K., Mirnik, A. (2006). *Računovodstvo v trgovskem podjetju* (Raziskovalna naloga). Celje: Poslovno-komercialna šola Celje. Pridobljeno 2. 11. 2015 z naslova <http://www.knjiznica-celje.si/raziskovalne/4200607520.pdf>.
- Kolander, A. (2007). *Računovodstvo trgovskega blaga*. Diplomsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta. Pridobljeno 3. 11. 2015 z naslova [http://www.cek.ef.uni-lj.si/u\\_diplome/kolander2769.pdf](http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/kolander2769.pdf).
- Turk, K., Turk, M. (2011). *Nabava*. Ljubljana: Zavod IRC Ljubljana. Pridobljeno 2. 11. 2015 z naslova [http://www.mizs.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/podrocje/vs/Gradiva\\_ESS/Impletum/IMPLETUM\\_37EKONOMIST\\_Nabava\\_Turk.pdf](http://www.mizs.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/podrocje/vs/Gradiva_ESS/Impletum/IMPLETUM_37EKONOMIST_Nabava_Turk.pdf).
- *Uradni list RS*, št. 24/2008 z dne 10. 3. 2008. Pridobljeno 2. 11. 2015 z naslova <https://www.uradni-list.si/1/content?id=85383>.
- Vrčon-Tratar, N. (2012). *Poslovanje trgovskega podjetja*. Ljubljana: GZS Ljubljana. Pridobljeno 2. 11. 2015 z naslova [http://www.mizs.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/podrocje/ss/Gradiva\\_ESS/UNISVET/UNISVET\\_86TR\\_Poslovanje\\_Vrcon.pdf](http://www.mizs.gov.si/fileadmin/mizs.gov.si/pageuploads/podrocje/ss/Gradiva_ESS/UNISVET/UNISVET_86TR_Poslovanje_Vrcon.pdf).

## PRILOGE

**TERMOTEHNIKA d.o.o.**  
Pod Trško goro 83, 8000 Novo mesto  
tel. 07 - 39 32 400 fax. 07 - 39 32 436

TRR:  
NLB 02970-0012610650  
ABANKA 05100-8011716719  
UNICREDIT - 29000-0051014485  
ID številka za DDV: S165237803

**TUV**  
ISO 9001

PE Ljubljana  
Geršičeva 110, 1000 Ljubljana  
tel. 01 - 24 44 800  
fax. 01 - 24 44 806

PE Maribor  
Žokovškovo 8, 2000 Maribor  
tel. 02 - 47 15 420  
fax. 02 - 47 15 421

PE Celje  
Maričeva cesta 86, 3000 Celje  
tel. 03 - 29 27 605  
fax. 03 - 29 27 606

Stran : 1 / 1

**PODJETJE XY, D.D.**  
Naslov  
Kraj


**Dobavnica št. : 15119030**  
LJUBLJANA, dne 04.11.2015  
Poslovalnica : 1100 TERMOTEHNIKA VP LJ  
Komentar : 0003611 (00)  
Izdelal : PRIMOŽ GAŠPIRC  
Potnik : Primož Gašpire  
KUPEC JE DAVNI ZAVEZANEC!

Datum opravičene dobave : 04.11.2015  
Način dobave : Nepotrajno  
Način plačila : vnapaj  
Valuta : 75 dni  
Datum plačila : 18.01.2016

Št.	Artikel	EAN koda	Način artikla	EM	Količina	DDV	Profil cena	Rabat r/D	Neto cena	Skupaj
1	061551	4048482070827	ERPALKA STRATOS 30/1-10 180 WILO 2103616	KOS	1,000	22,00%	619,0000	33,00%	414,7300	414,7300
Število kosov : 1							Znesek :			619,00
							-Rabat/art			204,27
							Znesek dokumenta :			414,73
							DDV :			91,24
							<b>Vrednost z DDV :</b>			<b>505,97</b>
Rekapitulacija davkov in davčnih osnov										
Osnova za DDV 22 % :		414,73	Vrednost DDV 22 % :	91,24						

Pri vračilu blaga vam zaračunamo stroške vračila v znesku 15% od vrednosti vrnjenega blaga, ki je nepoškodovano in shranjeno v originalni embalaži.

Pregledal :                      Dostavil :                      Vozilo :                      Prejel :                      DATUM:



Dobavnik : 15119030      / Stroški artikla v Novem mestu št. reg. lista 1-00747-00 Členski kapital: 100.000,00 EUR. Davčna številka: 65227803. Aktivna številka: S165237803      Člno št. št. / IŠOP: 807 - 201 - 01

Priloga 1: Dokument – DOBAVNICA  
(Vir: interni podatki podjetja)

Stran : 1 / 1

PODJETJE XY, D.D.  
Naslov  
Kraj

**Prezemnica št. : 1502350**

Jesenice, dne : 04.11.2015  
Kamibest : 0002451 (00)  
TERMOTEHNIKA d.o.o.  
ID št. za DDV : SI65237803

Št. dobavnice : 15119030  
Datum dobavnice : 04.11.2015  
Prevozni dok. :  
Način dostave : kamionski prevoz  
Datum prevzema : 04.11.2015  
Valuta : 0 dni

Pos. Artikel	Naziv artikla	EM	Količina	Fakt. cena	Rabat %	DDV	MPC	MP vrednost
1 128225	ČRPALKA WELO	KOM	1,00	619,0000	33,00 M	22 %	755,18	755,18
2000000295787	STRATOS 30/1-10	odvrat. 0,0000	Nab.cena : 414,3400	Marža : 104,2700		49,25%	PC : 818,0000	DDV : 136,1800
			1,00				Naturna vrednost :	414,73
							Prodajna vrednost :	619,00
							Maloprodajna vrednost :	755,18

**VIBODNI DAVEK NA DODANO VREDNOST**

Tip	Osnova	Stopnja	Znesek DDV
BLAGO	414,73	22,00 %	91,24
<b>SKUPAJ</b>	<b>414,73</b>		<b>91,24</b>

Prezemnica : 1502350

80

**Priloga 2: Dokument – PREVZEMNICA**  
(Vir: interni podatki podjetja)

**PODJETJE XY, D.D.**

Naslov

Kraj

### ZBIRNI KALKULACIJSKI LIST

PREVZEMNICA ŠT. : 1502350

KOMITENT : 0002451

Poslovalnica :

TERMOTEHNIKA d.o.o.

Pod Trško goro 83 8000 Novo Mesto

Št. dobavnice : 15119030

Datum dobavnice : 4.11.2015

Naziv		VREDNOST	
FAKTURNA VREDNOST	:	619,00	
RABAT	:	204,27	
NETO FAKTURNA VREDNOST	:	414,73	
<b>VKALKULIRANI STROŠKI</b>			
OSTALI STROŠKI	:	0,00	
SKUPAJ VKALKULIRANI STROŠKI	:	0,00	
NABAVNA VREDNOST	:	414,73	
MALOPRODAJNA MARŽA/RABAT	:	204,27	
PRODAJNA VREDNOST	:	619,00	
<b>VREDNOST ZA PLAČILO</b>	:	<b>414,73</b>	
<b>DAVEK NA DODANO VREDNOST</b>			
Tip	Osnova	Stopnja	Znesek DDV
BLAGO	619,00	22,00 %	136,18
SKUPAJ	619,00		136,18
<b>MALOPRODAJNA VREDNOST</b>	:		<b>755,18</b>
<b>VHODNI DAVEK NA DODANO VREDNOST</b>			
Tip	Osnova	Stopnja	Znesek DDV
BLAGO	414,73	22,00 %	91,24
SKUPAJ	414,73		91,24

Prevzemnica : 1502350

00

Priloga 3: Dokument – ZBIRNI KALKULACIJSKI LIST  
(Vir: interni podatki podjetja)

Stran : 1 / 1

**PODJETJE XY, D.D.**

Naslov

Kraj

**KUPEC A**

Naslov

Kraj

**Dobavnica št. : 1507576**

Jesenice, dne 02.11.2015  
 Poslovni kraj : 1000 PE 1000 JESENICE  
 Kontni št. : 0001060 (00)  
 Izdala : JEPDSELS  
**KUPEC JE DAVČNI ZAVEZANEC!**

Datum dobave : 02.11.2015  
 Način dobave : Lastni prevoz  
 Način plačila : virmen  
 Valuta : 30 dni  
 Datum plačila : 02.12.2015

Št.	Artilkel	EAN koda	Naslov artikla	EM	Količina	DDV	Prod.cena	Rabat r/D	Neto cena	Skupaj		
1	102625	2000009039857	KABEL PPL 2 X 0,75 mm H03VV-F	M	35,00	22,00%	0,2131	*	0,2131	7,4985		
2	100297	2000000019994	VLOŽEK BAT, 6 LR 61 9V D.PLUS-38202	KOM	2,00	22,00%	3,8361	*	3,8361	7,6722		
3	123459	2000000248073	VLOŽEK BAT,LR6 1,5V 40 D.PLUS-38103	GRT	2,00	22,00%	3,8361	*	3,8361	7,6722		
Število kosov : 39												
										Znesek :	22,80	
										Pogost 10% 2,28	-Rabat/ok 10,00%	2,28
										Znesek dokumenta :	20,52	
										DDV :	4,51	
										<b>Vrednost z DDV (EUR) :</b>	<b>25,03</b>	
Povprečje davkov in davčnih osnov												
Cena za DDV 22 % : 20,52 Vrednost DDV 22 % : 4,51												

JURE - JOŽA

Blago je preverjeno nepoškodovano .....  
 Rok plačila po pogodbi.

Podpisnik dokumenta:

IZDAL:

PREVZEL:



Dobavnica : 1507576

Številka : 06/46

**Priloga 4: Dokument – IZDANA DOBAVNICA**  
 (Vir: interni podatki podjetja)

Stran : 1 / 1

**PODJETJE XY, D.D.**

Naslov

Kraj

**KUPEC A**

Naslov

Kraj

**Zbirni Račun št. : 1501574**

Jesenice, dne 11.11.2015

Poslovalnica : 1000 PE 1000 JESENICE

Komitent : 0001069 (00)

ID št. za DDV : SI55021204

Izdatelj : JEPOSIL2

KUPEC JE DAVČNI ZAVEZANEC !

Način dobave : Lastni prevzem

Datum dobave : 02.11.2015

Način plačila : virman

Valuta : 30 dni

Datum plačila : 11.12.2015

Škilo : 00-0001069-1501574

Št.	Artikel	EAN koda	Naziv artikla	EM	Količina	DDV	Prod.cena	Rabat r/D	Neto cena	Skupaj	
Dobavnica št. : 1507576 Datum : 2.11.2015											
1	102625	2000000070957	KABEL PPL 2 X 0,75 mm H03VV-F	M	35,00	22,00%	0,2131	*	0,2131	7,4585	
2	100397	2000000019994	VLOŽEK BAT. 6 LR 61 9V D.PLUS-38202	KOM	2,00	22,00%	3,8361	*	3,8361	7,6722	
3	123459	2000000248073	VLOŽEK BAT.LR6 1,5V 4/1 D.PLUS-38103	GRT	2,00	22,00%	3,8361	*	3,8361	7,6722	
										Dobavnica : 1507576	22,80
Dobavnica št. : 1507588 Datum : 2.11.2015											
4	123872	2000000252216	VTIČNICA FONTANA MO PVC KOM : SIVA DVOJNA 15136		1,00	22,00%	5,3033	*	5,3033	5,3033	
										Dobavnica : 1507588	5,30
										Znesek :	28,11
Popust 10%						2,81	-Rabat/dok 10,00%		2,81		
										Znesek dokumenta :	25,30
										DDV :	5,57
										Za plačilo (EUR) :	30,87
Rekapitulacija davkov in davčnih osnov											
Osnova za DDV 22 % :		25,30	Vrednost DDV 22 % :		5,57						

JURE - JOŽA

Pri plačilu obvezno navedite sklicno številko. V primeru zamude plačila zračunavamo zamudne obresti.

Blago je do dneva plačila last prodajalca.

Direktor:

Račun : 1501574

Določilo je reg. pri GZr. sodišču v Kranju št. sklica 105385/00 Reg 8500369 z dne 18.04.1993  
Znesek osnovnega davka: 61.529.000,00 SIT

6/0

**Priloga 5: Dokument – IZDAN ZBIRNI RAČUN**  
(Vir: interni podatki podjetja)