КОМИСИЈА ЗА РАЧУНОВОДСТВО И РЕВИЗИЈУ
БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ

ИСПИТ ЗА СТИЦАЊЕ ПРОФЕСИОНАЛНОГ ЗВАЊА
ОВЛАШЋЕНИ РЕВИЗОР
(ИСПИТНИ ТЕРМИН: НОВЕМБАР 2024. ГОДИНЕ)

ПРЕДМЕТ 10:
НАПРЕДНО УПРАВЉАЧКО РАЧУНОВОДСТВО

I - ЕСЕЈИ

Есеј број 1. - О рачуноводственој подршци остварењу лидерства у иновирању

Смјернице за одговор:

Образложити карактер трошкова и ефеката иновација и значај функције дизајнирања у процесу иновира; објаснити садржај рачуноводствених извјештаја о иновативним потенцијалима и резултатима иновација;образложити начин припреме рачуноводствене подршке примјени концепта „циљних трошкова“, као и*прилагођавања извјештајне основе потребама рачуноводствене подршке процесом иновирања.*

Одговор:

Есеј број 2: Управљање залихама и примјена JIT концепта

Како би смо могли одговорити на савремене захтјеве везано за смањење трошкова, између осталог неопходна су знања везана за управљање залихама и примјену JIT концепта. У том смислу образложите сљедеће елементе:

a) **Наведите које су то основне категорије и подкатегорије трошкова које су најважније када је ријеч о управљању залихама и образложите их.** (5 бодова)

b) **Наведите за што се користи EOQ модел код одлучивања о залихама и претпоставке његовог кориштења, формула EOQ модела, број испорука по овом моделу и одговор на питања :"Када поручити?"**
Образложите примјену овог концепта кроз примјер: „Годишња тражња је 25.000 јединица, величина наруџбе седмично је 250 јединица, релевантни трошкови складиштења по јединици су 10, релевантни трошкови наручивања су 200". (10 бодова)

c) **Образложите повезаност и ефекте примјене EOQ модела и JIT концепта управљања залихама.**
(5 бодова)

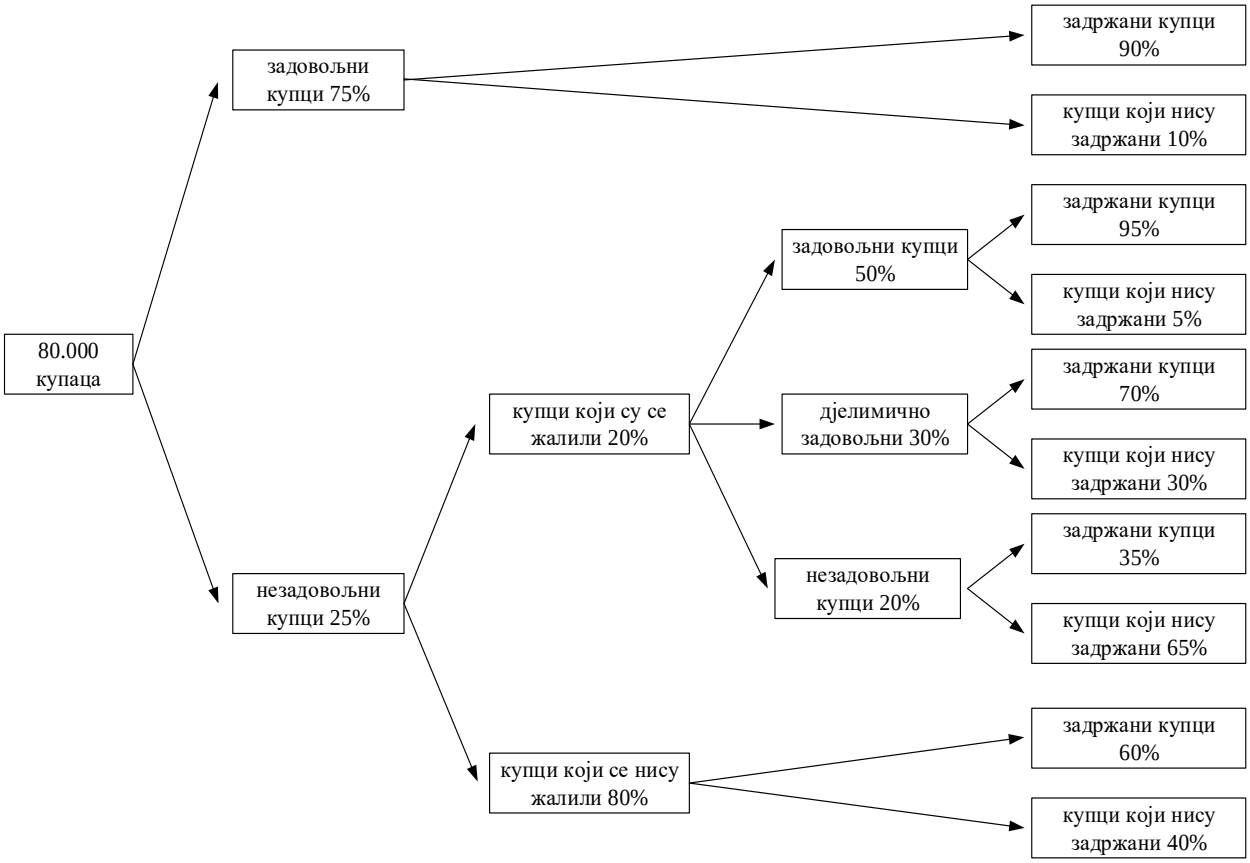
Одговори:

II - ЗАДАЦИ

Задатак број 1

Претпоставимо да је на бази анализе рада предузећа утврђено да је просјечан период лојалности купца 4 године, те да сваки купац током тог периода обави просјечно 12 куповина. Укупан број купаца током периода лојалности је 80.000, а просјечна принос предузећа по једној продаји, мјерен контрибуционим резултатом, је 15 н.ј.

На бази анализе понашања купаца констатована је сљедећа процјена задовољства купаца и губитак продаја због неадекватног квалитета:



- процијењени проценат купаца који на неки начин имају проблеме и незадовољни су производом је 25%,
- процијењени проценат купаца који немају проблема, задовољни су али који ипак неће поново купити производ је 10%,
- процијењени проценат купаца који имају проблеме и захтијевају помоћ је 20%,
- процијењени проценат купаца (од оних који су захтијевали и добили помоћ) који су задовољни, дјелимично задовољни и незадовољни начином на који је предузеће ријешило проблем (50%, 30%, 20%),
- процијењени проценат купаца, који су примили помоћ посредством неке форме постпродајног сервиса, а који неће поново купити производ: 5% од задовољних начином на који је њихов проблем ријешен, 30% од дјелимично задовољних начином

на који је њихов проблем ријешен и 65% од незадовољних начином на који је предузеће ријешило њихов проблем, а након што су захтијевали помоћ,

- процијењени проценат купаца који имају проблем и не захтијевају помоћ, а који неће поново купити производ 40%.

Губитак продаје, због проблема са лошим квалитетом, састоји се од три дијела: први је узрокован чињеницом да ће неки купци бити изгубљени иако нису имали проблема приликом коришћења производа (једноставно су добили/пронашли бољу понуду или су из знатижеље промијенили начин и предузеће код којег задовољавају своје потребе), други дио, узрокован начином на који је предузеће ријешило проблем након што су им се купци обратили са одређеном притужбом, док трећи дио изгубљених продаја потиче од купаца који су незадовољни понудом а нису се жалили.

I Изгубљене продаје од купаца који нису имали проблем и задовољни су (током периода лојалности – четири године):

a) 68.000 продаја,
b) 70.200 продаја,
c) 72.000 продаја,
d) 64.850 продаја.

Доказ

II Изгубљене продаје од купаца који су имали проблем, жалили се и добили неку врсту постпродајне услуге - изгубљене продаје купцима задовољним постпродајном услугом (током периода лојалности – четири године):

a) 2.400 продаја,
b) 1.200 продаја,
c) 2.000 продаја,
d) 1.850 продаја.

Доказ:

III Изгубљене продаје од купаца који су имали проблем, жалили се и добили неку врсту постпродајне услуге - изгубљене продаје купцима дјелимично задовољним постпродајном услугом (током периода лојалности – четири године):

a) 3.800 продаја,
b) 1.650 продаја,
c) 6.540 продаја,
d) 4.320 продаја.

Доказ:

IV Изгубљене продаје од купаца који су имали проблем, жалили се и добили неку врсту постпродајне услуге - изгубљене продаје купцима незадовољним постпродајном услугом износе (током периода лојалности – четири године):

a) 6.240 продаја,
b) 6.540 продаја,
c) 1.650 продаја,
d) 1.850 продаја.

Доказ:

V Изгубљене продаје од купаца који су имали проблем, а нису се жалили (током периода лојалности – четири године):

a) 74.580 продаја,
b) 72.400 продаја,
c) 76.800 продаја,
d) 75.540 продаја.

Доказ:

VI Број изгубљених продаја годишње је:

a) 48.200 продаја,
b) 40.140 продаја,
c) 50.200 продаја,
d) 48.400 продаја.

Доказ:

VII Вриједност изгубљених продаја годишње је:

a) 726.000 н.ј.
b) 753.000 н.ј.
c) 602.100н.ј.
d) 723.000 н.ј.

Доказ:

Задатак број 2

Предузеће „ДЕЛТА“ производи дигиталне сатове и припрема буџет за животни циклус производа за нови сат, МХ 3. Развој новог сата треба да почне у кратком времену. Процјене везане за МХ 3 су сљедеће:

Животни циклус јединица произведених и продатих	400.000 ком.
Продајна цијена по сату	50 КМ
Трошкови животног циклуса	
Истраживање и развој и трошкови дизајнирања	1.200.000 КМ
Производња	
Варијабилни трошкови по сату	15 КМ
Варијабилни трошкови по серији	600 КМ
Број сатова у серији	500 ком.
Фиксни трошкови	1.800.000 КМ
Маркетинг	
Варијабилни трошкови по сату	3,20 КМ
Фиксни трошкови	1.000.000 КМ
Дистрибуција	
Варијабилни трошкови по серији	280 КМ
Број сатова у серији за дистрибуцију	160 ком.
Фиксни трошкови	720.000 КМ
Трошкови услуга купцима по сату	1,50 КМ

Игноришите временску вриједност новца.

Урадите сљедеће:

a) **Израчунајте за планирани животни циклус оперативну добити за нови сат.** (5 бодова)

b) **Који проценат од планираних укупних трошкова животног циклуса производа ће настати на крају фазе истраживања, развоја и дизајнирања? Анализа открива да ће 80% од планираних укупних трошкова животног циклуса нових сатова бити фиксирани на крају фазе истраживања, развоја и дизајнирања. Које импликације ова сазнања имају на управљање трошковима за МХ3?** (5 бодова)

c) **Одјел за истраживање тржишта процјењује да би смањење цијене МХ3 за 3 КМ повећало за животни циклус продатих јединица за 10%. Уколико би се продаја јединица повећала за 10%, предузеће планира да повећа величину серија за производњу и дистрибуцију за 10% такође. Претпоставимо да сви варијабилни трошкови по сату, варијабилни трошкови по серији и фиксни трошкови остају исти. Да ли би „ДЕЛТА“ требао да смањи цијену МХ3 за 3 КМ? Израдите калкулације?** (10 бодова)

Рјешење:

<u>Задатак број 3</u>

Президент Ресортс управља хотелом са пет звјездица смјештеним уз свјетски познат терен за одржавање шампионата у голфу. Има децентрализирану менаџерску структуру. Постоји три сектора:

- смјештај (собе, конференцијске сале)
- храна (ресторани и послуживање у соби)
- рекреација (голф терен, тениски терен и слично).

Почевши од сљедећег мјесеца хотел ће нудити "дводневне аранжмане за двије особе" по посебној цијени. Аранжман укључује:

- Два ноћења за двије особе у соби са погледом на планину – посебне цијене су 210 КМ за ноћ за двоје. Регуларна цијена једно ноћења за двоје је 300 КМ. Укупни трошкови ноћења по особи су 50 КМ.
- Двије партије голфа/дан, са посебном цијеном од 150 КМ по партији. Једна особа може одиграти двије партије или двије особе могу играти по једну партију свака. Регуларна цијена за партију голфа/дан је 200 КМ. Укупни трошкови партија голфа/дан су 100КМ.
- Вечера уз свијеће за двоје у ексклузивном ресторану Паббле Пацифиц – посебна цијена је 90 КМ по особи. Регуларна цијена је 150 КМ по особи. Укупни трошкови вечере су 70 КМ по особи.

Директорица одјела рекреације, тражи од главног директора да каже колико ће њен сектор учествовати у 900 КМ прихода од пакета. Голф терен ради са 100% капацитета. Према правилима пакета учесници који резервишу једну седмицу унапријед имају осигуран приступ терену. Она каже да ће свака "аранжманска" резервација помјерити резервацију од + 200 КМ.

Урадите сљедеће:

Распоредите заједнички пакет прихода од пакета на три сектора користећи слиједеће методе:

a) **Према индивидуалној продајној цијени.** (5 бодова)

b) **Према јединичним укупним трошковима.** (5 бодова)

c) **Према укупним приходима, ако је у претходној години укупан приход од ноћења био 12 мил. КМ, од голфа 5 мил. КМ, а од ресторана 10 мил. КМ.** (5 бодова)

d) **Према инкрементаној методи распореда прихода (прво смјештај, затим рекреација и на крају храна) и дајте одговор који је од ових метода најповољнији за одјел рекреације.** (5 бодова)

Рјешење: