22 listopada 2020

* Zasady funkcjonowania gospodarki magazynowej
* Dokumenty magazynowe
* Sporządzanie dokumentów magazynowych
* Zasady magazynowania części i materiałów
* Gospodarka odpadami

Każdy serwis musi posiadać magazyn części zamiennych i materiałów. Wielkość magazynu, ilość pozycji magazynowanych zależy od wielu czynników : ilości obsługiwanych samochodów, odległości od hurtowni, możliwości szybkich dostaw...

Magazyn musi posiadać pewien stan zapasów, aby sprostać wymaganiom klientów. Jednakże stan ten nie powinien być ani zbyt wysoki, ani zbyt niski. Zbyt wysoki stan zapasów oznacza bowiem ponoszenie wyższych kosztów magazynowania i zamrożenia środków finansowych oraz zwiększone ryzyko, że zapasy staną się bezużyteczne. Z kolei zbyt niski stan zapasów może prowadzić do niewykorzystania nadarzających się szans sprzedażowych (sprzedaże stracone).

**Dokumenty magazynowe**

Obrót magazynowy musi być odpowiednio udokumentowany. Żaden towar nie może wejść do magazynu lub z niego wyjść bez dokumentu zawierającego:

* rodzaj, numer i datę wystawienia (dokumentu);
* dane wydającego i odbiorcy, a w przypadku dokumentów wewnętrznych także nazwę działu, do którego należy przypisać koszty;
* numer katalogowy towaru, tj. numer, pod którym dany towar występuje w kartotece w systemie komputerowym magazynu;
* jednostkę miary, ilość wydaną lub otrzymaną i cenę towaru;
* czytelne podpisy osób wydającej i odbierającej.

Wygląd tych dokumentów zależy zazwyczaj od używanego programu magazynowego.

 Za **stan ilościowy i jakościowy magazynu** odpowiadają zatrudnieni w nim pracownicy. Jest to zazwyczaj odpowiedzialność materialna. Oznacza to, że pracownik podpisuje dokument stanowiący integralną część umowy o pracę, który reguluje kwestie pokrywania kosztów ewentualnych niedoborów w magazynie (tzw. umowa o wspólnej odpowiedzialności). Odpowiedzialność może być dzielona w równym stopniu pomiędzy wszystkich pracowników lub zależeć od zajmowanego przez konkretną osobę stanowiska.

 **Inwentaryzacja** polega na ustaleniu za pomocą spisu z natury stanu wszystkich towarów w magazynie oraz na wyjaśnieniu różnic pomiędzy stanem stwierdzonym podczas inwentaryzacji (rzeczywistym) a stanem wynikającym z ewidencji księgowej. Celem poprawnie przeprowadzonej inwentaryzacji jest również rozliczenie osób materialnie odpowiedzialnych, kontrola zapasów, ustalenie ich faktycznej struktury oraz uzyskanie informacji niezbędnych do podejmowania decyzji.

 Podstawowe **dokumenty magazynowe** to:

* **PZ** – przyjęcie zewnętrzne – dokument potwierdzający przyjęcie danego [towaru](https://pl.wikipedia.org/wiki/Towar) do magazynu, wystawiany na podstawie dokumentu potwierdzającego dostawę (zwykle [faktury](https://pl.wikipedia.org/wiki/Faktura_%28dokument%29) dokumentującej dokonanie zakupu);
* **PZK** – korekta przyjęcia zewnętrznego – dokument wystawiany w przypadku konieczności korygowania ilości lub zwrotu towaru oraz błędnego przyjęcia, może być związany z korektą faktury zakupu;
* **MM** – przesunięcie międzymagazynowe – dokument stosowany w celu udokumentowania przemieszczenia towarów pomiędzy własnymi magazynami wynikającego nie z faktu zakupu lub sprzedaży, lecz z organizacji magazynów;
* **PW** – przyjęcie wewnętrzne – dokument umożliwiający obrót wewnątrz firmy, zwiększający ilość towaru na stanie, niewymagający podania kontrahenta, od którego pochodzi towar (np. wyprodukowany);
* **PWK** – korekta przyjęcia wewnętrznego;
* **RW** – rozchód wewnętrzny – dokument potwierdzający wydanie materiałów wewnątrz przedsiębiorstwa, a więc głównie na własne potrzeby (np. dla serwisu);
* **RWK lub ZW** – korekta wydania wewnętrznego związana ze zwrotem towaru do magazynu i ponownym wprowadzeniem go na stan;
* **WZ** – wydanie zewnętrzne – dokument potwierdzający wydanie towarów z magazynu na zewnątrz, np. na rzecz kontrahenta (w wielu przypadkach, np. braku możliwości wystawienia w danym momencie faktury, sprzedaż dokumentowana jest najpierw dokumentem WZ, a następnie na jego podstawie zostaje wystawiona faktura);
* **WZK** – korekta wydania zewnętrznego związana ze zwrotem towaru.

 Prowadzenie prawidłowej dokumentacji obrotu magazynowego pozwala uniknąć bałaganu w magazynie oraz wystąpienia niedoborów i nadwyżek towarów.

Poniższy schemat pokazuje wykorzystanie dokumentów magazynowych w odniesieniu do magazynu M1 i M2. W omawianym przykładzie oba magazyny należą do tej samej firmy ale są wirtualnie wydzielone. M1 jest magazynem dla serwisu, M2 dla klientów zewnętrznych. tym.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Faktura zakupu |  | PZ PZK |  | M1 |  | RWRWK |  | Faktura sprzedaży usług serwisowych |
|  |
|  |  | Koszty działu |
|  |
|  |  |
| MM |
| PWPWK |  | M2 |  | WZWZK |  | Faktura sprzedaży |
|  |  |

**Rys. 3.2** Obieg dokumentów magazynowych

Żeby przenieść wirtualnie towar z jednego magazynu do drugiego wypełniamy dokument MM.

Prześledźmy przykład pokazujący do czego służą dokumenty magazynowe.

Do magazynu M1 przyszła dostawa opon i faktura zakupu tych opon.

Pracownik magazynu musi wprowadzić na stan magazynu (do kartoteki magazynowej) te opony-wypełnia dokument PZ. Opony są już formalnie w magazynie.

Mechanik chce zamontować w samochodzie klienta opony – pobiera je z magazynu dokumentem RW. Opony „schodzą” z kartoteki magazynowej a „przenoszą” się na zlecenie.

Klient zapłaci za opony na fakturze za całą usługę.

Klient „zewnętrzny”, który chce tylko kupić opony (bez montażu) – pracownik magazynu wystawia dokument WZ – opony schodzą z kartoteki magazynowej a wchodzą na fakturę sprzedaży. Klient płaci za nie zgodnie z fakturą. Gdyby opon nie było w magazynie M2 – pracownik najpierw wystawi dokument MM przesuwający je z magazynu M1 – wprowadzi je do magazynu M2 i dopiero wystawi dokument WZ.

Jeżeli pracownik sprzedający opony chciałby dać klientowi breloczek firmowy w celu nawiązania dobrych kontaktów musi wystawić dokument RW którym ten breloczek zejdzie ze stanu magazynu i opisać ten dokument jako koszty magazynu – marketing.

Jeżeli firma dostarczająca do serwisu opony jako gratis dała jeden komplet opon – (dla dobrego klienta – nie ma ich na fakturze) to żeby wprowadzić je na stan magazynu pracownik magazynu wystawia dokument PW.

**LOKALIZACJA TOWARU**

 W małych magazynach odnalezienie jakiejś części nie stanowi problemu, natomiast w magazynach liczących kilka tysięcy pozycji musi istnieć system układania towaru umożliwiający szybkie znalezienie danej pozycji. Najprostszy **system lokalizacji towarów** polega na oznakowaniu regałów i półek odpowiednimi symbolami np. literami i cyframi. Do kartoteki w systemie komputerowym wpisuje się zakodowany w ten sposób numer części, otrzymując informację o jej lokalizacji. Warunkiem jest widoczne umieszczenie oznakowania regałów i półek.

Ze względu na różnorodność części zamiennych i wiele odmian ich wykonania rozróżnianie ich tylko według nazwy stanowiłoby duży problem. Dlatego są stosowane **numery katalogowe części**. Numer katalogowy nadaje zazwyczaj producent, a w magazynie numeracja ta zostaje zachowana. Jeżeli w magazynie są przechowywane towary pochodzące od wielu producentów, można posługiwać się również własnym systemem numeracji części zamiennych. Istotne jest jedynie, aby jednemu numerowi była zawsze przyporządkowana ta sama część.

 Przykładowe oznaczenia części:

4614210012 – tarcza hamulcowa do samochodu Mercedes-Benz klasy G

03D198819A – filtr oleju do samochodu Seat Ibiza

3M5Q-8A615-BA – zestaw do naprawy rozrządu do samochodu Ford z silnikiem 2.0 TDCI

Zapoznaj się z załączonymi materiałami dotyczącymi funkcjonowania magazynu części zamiennych i materiałów.

**Wykonaj „ćwiczenie Kartoteka magazynowa” wykorzystując załączony plik Kartotekę magazynową.**

Rabat zmniejsza cenę danego produktu lub usługi. Jest narzędziem marketingowym przy­ciągającym klienta, ale jednocześnie zmniejsza przychody.

Oczywiście jest to znowu uproszczenie, ponieważ np. udzielenie rabatu i nawiązanie współpracy z flotą samochodów pomimo chwilowej straty może się okazać dobrą inwestycją i w przyszłości zaowocować zyskiem. Jeżeli tak było, świadczy to o świadomym planowaniu strategii. W przeciwnym razie udzielenie zbyt dużego rabatu było błędem, który może pogorszyć sytuację finansową firmy.

Udzielając rabatu należy zawsze obliczyć czy jego wartość nie spowoduje obniżenia ceny poniżej kosztów.

Np. magazyn kupił 4 opony po 100 zł netto każda.

Koszt zakupu wyniósł 400 zł netto.

Cena detaliczna (dla klienta ) wyniosła 120 zł za oponę netto. Razem 480 zł netto

Przykłady:

1. Magazyn udzielił rabatu klientowi w wymiarze 20%.

Klient zapłacił 384 złote netto. Mniej niż zakup – koszty zakupu (bezpośrednie) wyniosły 400 zł. Magazyn stracił na tej transakcji w kwotach bezwzględnych.

1. Magazyn w tym samym przypadku udzielił rabatu klientowi w wymiarze 15%.

Klient zapłacił 408 złotych netto. Więcej o 8 zł od ceny zakupu czyli kosztu bezpośredniego. Ale przecież magazyn ma również koszty pracowników, internetu, oświetlenia, ogrzewania, księgowości, sprzątania, być może transportu….Te 8 zł może być zbyt mało na pokrycie tych wszystkich kosztów.

1. Magazyn w tym samym przypadku udzielił 10% rabatu. Klient zapłaci 432 złote. Magazyn zarobił w kwotach bezwzględnych 32 złote na tej transakcji. Taki rabat jest do zaakceptowania pod warunkiem, że w przyszłości przyniesie korzyści lub opony były z poprzedniego sezonu.

Rabat może być określany procentowo od ceny detalicznej lub kwotowo odejmowany od ceny detalicznej.

\* \* \*

W działalności gospodarczej występuje jeszcze jedno ważne pojęcie, którego używa się w celu określenia rentowności przedsiębiorstwa. Jest to **marża**. W zależności od tego, do jakich potrzeb jest obliczana, będzie ona miała nieco inną nazwę, np. marża brutto, marża netto, marża handlowa, marża pokrycia.

W najprostszym ujęciu marża (*M*) jest różnicą między ceną sprzedaży i bezpośrednim kosztem produktu, czyli słuszne jest równanie

*M* = *C*s – *K*p

gdzie:

*C*s – cena sprzedaży,

*K*p – koszt produktu.

Marża może być wyrażana kwotowo (w złotych) lub procentowo. Najłatwiej można określić marżę w działalności handlowej.

**Przykład**

Rozważmy marżę na podstawie cen podanych poniżej.

Cena zakupu towaru – 80 zł

Cena sprzedaży towaru – 100 zł

Na podstawie podanych cen można wyznaczyć marże.

Marża kwotowa 100 – 80 = 20 zł

Marża procentowa odniesiona do ceny sprzedaży

[(100 – 80):100] × 100% = 20%

Marża procentowa odniesiona do ceny zakupu

[(100 – 80):80] × 100% = 25%

W przypadku działalności produkcyjnej lub usługowej marżę obliczamy jako różnicę między ceną sprzedaży i bezpośrednim kosztem wytworzenia produktu lub usługi.

Obliczając marżę, bierzemy pod uwagę jedynie bezpośrednie koszty związane ze sprzedawanym lub produkowanym towarem albo oferowaną usługą. Dopiero z uzyska­nej marży przedsiębiorstwo pokrywa koszty pośrednie związane z własną działalnością.

Marża stanowi o zysku firmy.

W procesie sprzedaży trzeba ustalić marżę. Zazwyczaj jest to procent od ceny zakupu. Jak zauważyliście w Kartotece magazynowej, którą przesyłałam do poprzedniego ćwiczenia była cena zakupu i cena detaliczna. Marżę na dany towar ustala się w tym przypadku na etapie wprowadzania do magazynu dokumentem PZ. Określenie marży na sprzedawane towary jest bardzo trudnym i ważnym etapem. Cena detaliczna nie może być zbyt wysoka – bo zniechęci klienta i zbyt niska bo nie pokryje kosztów i nie da zysku. Można uważać, że powinno się dać dużą marżę i później dawać rabat. Taką politykę widać w dużych sklepach. Ale prowadzi ona do tego, że klient reaguje tylko na słowa sale, rabat wyprzedaż i przecena. A relacji pomiędzy rabatem ceną zakupu i marżą bardzo trzeba pilnować i na bieżąco liczyć.

Proszę obliczyć jaka jest cena silnika do zapłacenia przez klienta (cena realizacji) netto i brutto jeżeli:

cena zakupu silnika to 18 400 zł netto

Marża wynosi 15%

Rabat udzielony klientowi wynosi 5 %

Podatek VAT wynosi 23%.

Obliczenia proszę wysłać do mnie Vulcanem