

SADRŽAJ

Predgovor	V
Pregled tabela i grafikona	XI

I. dio

INFORMACIJE RAČUNOVODSTVA I POSLOVNO ODLUČIVANJE

1. Potreba korištenja računovodstvenih informacija u odlučivanju o prodaji	3
1.1. Podjela računovodstvenih informacija namijenjenih odlučivanju o prodaji	4
1.1.1. Podaci knjigovodstvene evidencije kao podloga za odlučivanje o prodaji	5
1.1.2. Podaci obračuna kao podloga za odlučivanje o prodaji	7
1.1.3. Informacije ostalih dijelova računovodstva	8
1.2. Značajke informacija pojedinih metoda obračuna poslovanja	9
1.2.1. Obračuni u organizacijama udruženog rada	9
1.2.2. Obračun ulaganja i rezultata poslovanja metodom stvarne cijene koštanja	11
1.2.3. Obračun ulaganja i rezultata poslovanja metodom standardnih troškova	14
1.2.4. Utvrđivanje ulaganja i rezultata poslovanja sovjetskim normativnim obračunom	17
1.2.5. Obračun ulaganja i rezultata poslovanja metodom Direct Costing	19
2. Modifikacija oblika metode Direct Costing	21
2.1. Globalno pokriće fiksnih troškova u primjeni metode Direct Costing	23
2.2. Postepeno pokriće fiksnih troškova u primjeni metode Direct Costing	27
3. Utjecaj metode Direct Costing na poslovne odluke	32
3.1. Poslovna politika organizacije udruženog rada i njezino razvrstavanje	32
3.2. Proces donošenja poslovnih odluka u uvjetima primjene metode Direct Costing	34
3.2.1. Proces oblikovanja poslovnih odluka u uvjetima primjene metode Direct Costing	36
3.3. Utjecaj informacija dobivenih metodom Direct Costing na dugoročne odluke o poslovanju	38
3.3.1. Utjecaj informacija Direct Costinga na investicijske odluke	39
3.3.2. Utjecaj informacija Direct Costinga na ostale dugoročne odluke	39

3.4. Utjecaj informacija Direct Costinga na kratkoročne poslovne odluke	40
3.4.1. Informacije metode Direct Costing i odluke prodaje	40
3.4.2. Informacije metode Direct Costing i tekuće odluke proizvodno-tehničke službe	41
3.4.3. Informacije metode Direct Costing i odluke nabavne službe	42
3.4.4. Informacije metode Direct Costing i ostale kratkoročne poslovne odluke	42

II. dio

PROCES DONOŠENJA ODLUKA NA PODRUČJU PRODAJE

4. Prodajna funkcija organizacije udruženog rada i njezini zadaci	47
4.1. Suština i zadaća prodajne funkcije	47
4.2. Uvjetovanost rada proizvodne i prodajne funkcije	51
5. Prodajna politika proizvodne organizacije udruženog rada	54
5.1. Suština prodajne politike	54
5.2. Mjesto prodajne politike u općoj poslovnoj politici organizacije udruženog rada	57
5.3. Načela donošenja prodajnih odluka	59
5.4. Podloga za donošenje odluka prodajne službe	61
5.5. Postupak donošenja prodajnih odluka	63
5.6. Sadržaj prodajne politike	68
5.7. Uloga metoda obračuna u formiranju odluka o prodaji	69

III. dio

PRIPREMA ODLUKA O PRODAJI KORIŠTENJEM RAČUNOVODSTVENIH INFORMACIJA KOJE SE TEMELJE NA METODI OBRAČUNA DIRECT COSTING

6. Temeljna mjerila obračuna metodom Direct Costing kao izvori informacija za odluke o prodaji	75
6.1. Varijabilna i fiksna komponenta troškova kao podloga mjerila obračuna metodom Direct Costing	75
6.2. Razrada fiksnih troškova na koristive i jalove	76
6.3. Razlika prihoda i varijabilnih troškova	77
6.4. Odnos fiksnih troškova i stope bruto financijskog rezultata	79
6.5. Mjerilo sigurnosti prodaje	80
7. Koordinirana priprema odluka o količinama proizvodnje i prodaje korištenjem informacija dobivenih metodom Direct Costing	82
7.1. Alternative odluka o količinama proizvodnje i prodaje	82
7.2. Koordinirana priprema odluka o određivanju stupnja dorade proizvoda	83
7.3. Koordinirana priprema odluka o uvođenju nove smjene proizvodnje	84

7.4. Koordinirana priprema odluka o odstranjenju nerentabilnih proizvoda	87
7.5. Koordinirana priprema odluka o privremenoj obustavi proizvodnje nekih proizvoda	90
7.6. Koordinirana priprema odluka o proširenju proizvodnih kapaciteta pogona	91
7.7. Koordinirana priprema odluka o uključivanju novog proizvoda i prihvatu novih narudžbi	91
8. Priprema odluka o asortimanu proizvoda korištenjem informacija Direct Costinga	97
8.1. Značaj asortimana proizvoda u poslovanju organizacije udruženog rada	97
8.2. Priprema odluka o širini asortimana	99
8.3. Priprema odluka o dubini asortimana	101
8.4. Priprema odluka o konzistentnosti asortimana	101
8.5. Primjena metode »ABC« u izboru asortimana	104
9. Politika i metode oblikovanja prodajnih cijena	108
9.1. Politika prodajnih cijena proizvoda	108
9.2. Metode utvrđivanja cijena i obračuni troškova	114
9.3. Metoda utvrđivanja cijena proizvoda	114
9.3.1. Utvrđivanje cijene metodom »troškovi plus«	114
9.3.2. Utvrđivanje cijene metodom stope prinosa na angažirana sredstva	116
9.3.3. Utvrđivanje cijena metodom modificiranja »troškova plus«	117
10. Kalkulacije prodajnih cijena proizvoda u uvjetima primjene metode Direct Costing	119
10.1. Kalkulacijska shema cijene proizvodnje u obračunu metodom Direct Costing	120
10.1.1. Sadržaj kalkulacijske sheme cijene proizvodnje svih varijabilnih troškova	121
10.1.2. Sadržaj kalkulacijske sheme cijene proizvodnje s djelomično varijabilnim troškovima	122
10.1.3. Sadržaj kalkulacijske sheme varijabilnih troškova uvećanih za dio fiksnih troškova	123
10.2. Kalkulacijska shema prodajne cijene u obračunu metodom Direct Costing	125
11. Priprema odluka o prodajnim cijenama proizvoda korištenjem informacija dobivenih metodom Direct Costing	128
11.1. Utjecaj opsega i asortimana prodaje na uspostavljanje prodajnih cijena sa stajališta obračuna metodom Direct Costing	128
11.1.1. Primjer utjecaja količina prodaje na cijene	131
11.1.2. Primjer utjecaja asortimana prodaje na cijene	132
11.2. Priprema odluka prodaje o cijenama novih proizvoda	135
11.2.1. Odluke o cijeni novog proizvoda koji čini novitet na tržištu	137
11.2.2. Odluke o cijenama novog proizvoda sa stajališta organizacije udruženog rada koja posluje odranije	139
11.3. Priprema prodajnih odluka o diferenciranju prodajnih cijena u primjeni obračuna metodom Direct Costing	139

11.3.1.	Postupak diferenciranja prodajnih cijena na temelju razlike u kvaliteti proizvoda proizašle iz njihove namjene	140
11.4.	Postupak diferenciranja prodajnih cijena na temelju popusta kod prodaje	143
11.4.1.	Diferenciranje cijena postupkom popusta kod prodaje	147
11.4.2.	Diferenciranje cijena postupkom primjene dumping-cijena	153
12.	Odluke prodaje o zalihama gotovih proizvoda uz korištenje informacija dobivenih metodom Direct Costing	156
12.1.	Značajke politike zaliha gotovih proizvoda u poslovanju organizacije udruženog rada	156
12.2.	Procjena zaliha gotovih proizvoda metodom Direct Costing	157
12.3.	Odlučivanje prodaje o zalihama gotovih proizvoda primjenom informacija dobivenih metodom Direct Costing	159
13.	Priprema odluka o oblicima distribucije, ekonomskoj propagandi i troškovima prodaje pomoću informacija dobivenih metodom Direct Costing	162
13.1.	Priprema odluka o putovima i oblicima prodaje na temelju informacija dobivenih metodom Direct Costing	162
13.2.	Priprema odluka o ekonomskoj propagandi na temelju informacija dobivenih metodom Direct Costing	165
13.3.	Priprema odluka o prodajnim troškovima u uvjetima primjene obračuna metodom Direct Costing	168
13.3.1.	Troškovi prodaje uvjetovani zadacima prodaje	168
13.3.2.	Odluke o troškovima prodaje i metoda Direct Costing	169
	Literatura	173