

### **Příklad 1**

Ve společnosti Žehlička, a.s., se vyrábějí dva druhy žehliček: žehlička A vyžaduje jednotkové variabilní náklady ve výši 270 Kč a prodává se za 500 Kč. Žehlička B vyžaduje jednotkové variabilní náklady ve výši 380 Kč a prodává se za 650 Kč. Oba výrobky jsou stejně náročné na kapacitu a podnik se rozhodl ve sledovaném období vyrábět a prodávat výhodnější výrobek B (vyšší marže). Fixní náklady, neměnné pro využití kapacity v intervalu 900 – 2 500 výrobků činí 250 000 Kč.

Úkoly:

1. Kolik výrobků je třeba vyrobit a prodat
  - a) K dosažení bodu zvratu?
  - b) K dosažení zisku ve výši 370 000 Kč?
2. Kolik činí bezpečnostní marže společnosti?
3. Sestavte rozpočet pro žehličky B

### **Příklad 2**

Na základě analýzy trhu bude muset společnost připravit podmínky pro výrobu 1 200 kusů žehliček A a 1 350 kusů žehliček B. S ohledem na současné využití kapacity v třísměnném provozu šest dní v týdnu, zvažuje podnikové vedení následující možnosti:

- Vyrobit dodatečných 50 žehliček nad současnou kapacitu prací přesčas o nedělích. Toto řešení vyvolá přírůstkové variabilní náklady ve výši 60 Kč na každou takto vyrobenou žehličku a nárůst vyhnutelných fixních nákladů o 15 000 Kč.
- Rozšířit výrobu a organizovat ji – s výjimkou přerušení nutných pro nezbytné opravy a údržbu – formou nepřetržitého provozu. Toto řešení vyvolává nárůst variabilní režie na opravy a údržbu ve výši 1 Kč na každou vyrobenou žehličku a nárůst vyhnutelných fixních nákladů o 17 500 Kč.

Ke kterému z řešení by se vedení společnosti mělo přiklonit?

### **Příklad 3**

Podnikové vedení uvažuje o variantách prodávaného objemu a o změnách cen na základě propočtu, o kolik by bylo nezbytné zvýšit prodané množství, aby se nezměnil původní rozpočtovaný zisk. Vychází přitom z toho, že současně dosahovaný příspěvek z tržeb činí za podnik jako celek 0,25 nebo-li 25 %. Podnikové vedení uvažuje o variantním snížení cen o 5 %, 10 %, 15 % a 20 %.

- Zjistěte, o kolik procent by za daných okolností musel vzrůst objem prodeje, aby podnik dosáhl původní výše rozpočtovaného zisku.

#### **Příklad 4**

Z analýzy nákladů nutných k výrobě a prodeji jedné láhve minerální vody vyplývá, že její jednotkové variabilní náklady činí 11 Kč a celkové měsíční fixní náklady výroby a prodeje činí 350 000 Kč. Na základě průzkumu trhu bylo zjištěno, že prodejní ceny, za kterou je možné realizovat jednu láhev, jsou 18 Kč, 22 Kč a 24 Kč. Při ceně 18 Kč je možno očekávat prodej 200 000 láhví. Cenová pružnost poptávky je odhadnuta na 1,2.

Jakou cenu má podnik stanovit, pokud je jeho cílem maximalizace zisku?