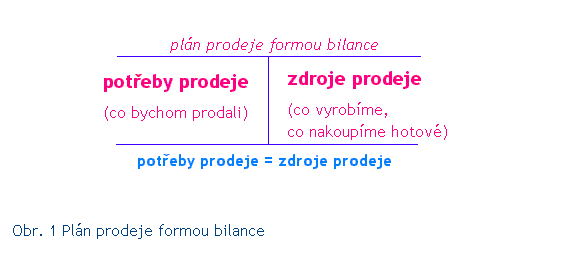
**Příklad 1**

Podnik má na příští rok zajištěný odbyt na tuzemském trhu ve výši Kč 100 000 000,--. Zahraniční odběratelé mají zájem o výrobky za Kč 36 000 000,--. Podnik plánuje k 1.1. příštího roku zásoby hotových výrobků na skladě za Kč 60 000 000,-- a má zájem si držet konečnou zásobu příštího roku ve výši Kč 40 000 000,--. Plánovaná výroba na příští rok je Kč 145 000 000,--.

Sestavte bilanci prodeje a zjistěte plánovaný objem prodeje ve vlastní prodejně



**Příklad 2**

V podniku služeb jsou nabízeny tři typy věrnostních karet – sport+ (A ), relax+ (B) a wellness (C), kde pak získáváte výhody na bezplatné čerpání služeb podniku. Fixní náklady provozu jsou společné všem službám. Jejich výše je stanovená rozpočtem činí 5 900 000 Kč/rok. Spotřeba energie podniku je taktéž společná všem službám, průměrná cena 1KWh byla ve sledovaném období se započítáním všech plateb dodavateli spočítána na 6,01 Kč. Základní údaje o provozu služby jsou níže:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Služba** | **[jedn.]** | **A** | **B** | **C** |
| Počet vydaných karet | Počet za rok | 12 000 | 18 000 | 6 000 |
| Tržby za vstup bez věrnostních karet | Kč/rok | 1 200 000 | 1 600 000 | 800 000 |
| Poplatek za nákup věrnostní karty | Kč/karta | 330 | 240 | 200 |
| Výrobní náklady k jednotlivým kartám | Kč/karta | 26 | 28 | 30 |
| Spotřeba energie provozu podniku | KWh/rok | 50 000 | | |

1. S využitím znalostí o nákladech zjistěte aktuální výsledek hospodaření podniku.
2. Podnik se rozhodl marketingově podpořit produkt wellness+ (C). Zatímco o tuto službu zájem vzrostl, tak o službu relax + zájem poklesl. Tržby za službu sport+ (A) zůstaly nezměněny. Předpokládejme, že změna počtu prodaných permanentek neměla vliv na spotřebu energie, ale průměrná cena energií vzrostla na 8,25 Kč/KWh. Poplatek za nákup věrnostní karty vzrostl vzhledem k vyšším nákladům. Fixní náklady se díky marketingovým aktivitám zvýšily na 6 500 000 Kč/rok. Jakého výsledku hospodaření by dosáhl? Bylo toto rozhodnutí přínosné?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Služba** | **[jedn.]** | **A** | **B** | **C** |
| Počet vydaných karet | Počet za rok | 12 000 | 16 000 | 10 000 |
| Tržby za vstup bez věrnostních karet | Kč/rok | 1 100 000 | 1 200 000 | 1 000 000 |
| Poplatek za nákup věrnostní karty | Kč/karta | 350 | 280 | 230 |
| Výrobní náklady k jednotlivým kartám | Kč/karta | 28 | 30 | 32 |
| Spotřeba energie provozu podniku | KWh/rok | 50 000 | | |

**Příklad 3**

Podnik na výrobu irské whiskey Peaky Blinder má na příští rok zajištěný odbyt na tuzemském trhu ve výši 60 000 ks. Zahraniční odběratelé mají zájem o 25 000 ks výrobků. Podnik plánuje k 1.1. příštího roku zásoby ve výši 10 000 ks a má zájem si držet konečnou zásobu příštího roku ve výši   
8 000 ks. Jaká je plánovaná výroba pro zajištění požadovaného odbytu?

**Příklad 4**

Výrobce irské whiskey Peaky Blinder v současné době, při ceně 450,- Kč/kus, dodává svým odběratelům na tuzemském trhu 60 000 ks ročně. Polovinu výroby odebírá velkoobchod a druhou polovinu maloobchod. Roční nákladová funkce je N = 300Q + 2 950 000. V důsledku volných výrobních kapacit zvažuje výrobce oživit odbyt poskytováním diferencovaného rabatu svým odběratelům. Velkoodběratel by podle očekávání měl reagovat na poskytnutí rabatu podstatně pružněji než maloodběratelé:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Odběratel*** | ***Rabat***  ***%*** | ***Elasticita (e)*** |
| Velkoobchod | 10 | 2,0 |
| Maloobchod | 5 | 1,5 |

Úkol:

* Je poskytování rabatu v uvedené výši při uvedené pružnosti výhodné?

Výpočet slev:



Změna poptávky1 = 2 x 10 = 20 *%* = 30 000 x 1,2 = 36 000 ks velkoodběratel

Změna poptávky2 = 1,5 x 5 = 7,5 *% = 30 000 x 1,075 = 32 250 ks maloodběratel*

**Příklad 6**

Podnik na výrobu irské whiskey Peaky Blinder hledá další možnosti distribuce. Jednou z možností je také možnost prodávat svou celkovou produkci 72 000 ks pouze velkoobchodu (započítán již předpoklad navýšení prodeje o 20 % z předchozího příkladu) s odběrem v podniku za cenu 405, Kč/ks (dle uvedeného rabatu z předchozího příkladu).

Druhou možností je využití odběru pouze pro maloobchod. Svou celkovou produkci 64 500 ks (započítán již předpoklad navýšení prodeje o 7,5 % z předchozího příkladu) by tak mohl prodávat maloobchodníkům za cenu 427,50,- Kč/ks (dle uvedeného rabatu z předchozího příkladu). V tom případě by ale musel nést ještě navíc přepravní náklady v částce 33,- Kč/ks a náklady spojené s činností dvou obchodních cestujících (+ automobil) v celkové výši 500 000,- Kč/rok.

Kterou odbytovou cestu by měl podnik zvolit? Bude toto rozložení distribuce výhodné?