

Příklad 1

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 stanovena 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	[jedm.]	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	[jedm.]	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 2

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 maloobděratel:

<i>Odběratel</i>	<i>Rabat %</i>	<i>Elasticita (e)</i>
Velkoobchod	10	2,0
Maloobchod	5	1,5

Úkol:

- Je poskytování rabatu v uvedené výši při uvedené pružnosti výhodné? Spočítejte výsledek hospodaření před poskytnutím rabatu a po poskytnutí rabatu.

Výpočet slev:

$$\text{cenová elasticita poptávky } e = \frac{\% \text{ změna poptávky}}{\% \text{ změna ceny}}$$

Změna poptávky₁ = $2 \times 10 = 20\% = 30\,000 \times 1,2 = 36\,000$ ks velkoodběratel

Změna poptávky₂ = $1,5 \times 5 = 7,5\% = 30\,000 \times 1,075 = 32\,250$ ks maloobděratel

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?