

# SEMINÁŘ EKONOMICKÝCH MOZKŮ

2. ROČNÍK

## ZADÁNÍ 2. SÉRIE

termín odevzdání: 17.1.2016

Lucie s vaší pomocí již zvládla první úkony nutné pro její podnikání, ale pořád jí toho hodně zbývá a spoléhá na vaši další pomoc. Lucie má ze začátku podnikání pět zaměstnanců na pozicích barmana, uklízeče, baristy, provozního a obsluhy. Každý z nich má jinou výši příjmu.

### Příklad 1

Doplňte následující tabulku a spočítejte celkové mzdové náklady pro Lucii za jeden kalendářní měsíc i celý rok. Vycházejte z legislativy platné pro rok 2015 a zaokrouhľujte tak, jak je dáno zákonem.

	Výše v %	BARMAN	UKLÍZEČ	BARISTA	PROVOZNÍ	OBSLUHA
Sleva na dani navíc za	-	Vyživovaná manželka ZTP/P	Invalidní důchod I. stupně	-	Na první dítě	Student
Hrubá mzda	-			18000		
Zdravotní odvádění zaměstnavatelem	9				2250	
Sociální odvádění zaměstnavatelem						
Superhrubá mzda	-	26800				
Měsíční záloha na daň z příjmu			2010			
Měsíční sleva na dani z příjmu	-					2070 + 335 = 2405
Měsíční záloha na daň po slevě odváděná zaměstnavatelem	-					10
Zdravotní placeno zaměstnancem						
Sociální placeno zaměstnancem						
Čistá mzda	-					
Odvody státu celkem	-					

Konečně je tu den slavnostního otevření Luciiny restaurace. Ale ouha! Nikdo se do jejího podniku nehrne. Lucie je smutná a žádá vás o radu, jak přilákat do jejího podniku zákazníky.

### **Příklad 2**

Lucie má k dispozici 100000 Kč, které využije na propagaci a marketing své nově otevřené restaurace v centru Brna. Rozhodněte, jak co nejefektivněji a nejkreativněji tyto peníze využít, pokud většinou část Luciiny klientely budou tvořit pravděpodobně studenti. Ke každému způsobu propagace uveďte reálnou cenu od reálného poskytovatele této služby a odkaz na to, kde jste tuto cenu zjistili. Rovněž uveďte, konkrétní místo/čas/obsah/vzhled dané reklamy, abyste cílili na danou klientelu. Jestliže se rozhodnete využít letáky, billboardy apod., doložte i návrh jejich grafického vzhledu.

*Nápověda: Řešení může vypadat např. takto: Doporučuji reklamu v rádiu Evropa 2, které si účtuje za reklamu v 6 hodin ráno 1000 Kč, zdroj: [www.evropa2.cz/reklama](http://www.evropa2.cz/reklama). Zdůvodňuji to takto...*

Marketingové tahy, které Lucie zvolila, se pozitivně projevily hned následující den, kdy do restaurace zavítalo několik hostů. Lucie se jich ptala, jak se jim u ní líbí a jaká přání by jim ještě mohla splnit. Většina zákazníků si stěžovala, že v podniku je možné pouze pít, ale není podáváno žádné jídlo a oni mají hlad. To se Lucie rozhodla změnit a jídla začít vařit. Jenže kolik a za jakou cenu?

### **Příklad 3**

Poptávka po jídlech v Luciině restauraci je definována funkcí  $Q^d = 200 - P^d$ , kde  $Q^d$  je poptávané množství a  $P^d$  poptávková cena. Luciina nabídka je dána funkcí  $Q^s = 2P^s - 70$ , kde  $Q^s$  je nabízené množství a  $P^s$  nabídková cena.

- a) Kolik jídel nabízí Lucie při ceně 100 Kč? Kolik při ceně 50 Kč?
- b) Kolik jídel se poptává při ceně 100 Kč? Kolik při ceně 50 Kč?

Rovnováha nastává pokud  $Q^d = Q^s = Q$  a zároveň  $P^d = P^s = P$ . Tedy nabízené i poptávané množství se při dané ceně jednájí.

- c) Vypočítejte rovnovážnou cenu  $P$  a rovnovážné množství  $Q$ . Uveďte i výpočet, ne pouze výsledné hodnoty.
- d) Nakreslete graf nabídky a poptávky po jídlech v Luciině hospodě. Pozor! Na ose  $x$  bude množství ( $Q$ ) a na ose  $y$  cena ( $P$ ). Graf kreslete pro zadané funkce, nezapomeňte označit osy, důležité body a názvy funkcí.

Prvotní nával v restauraci způsobený propagačními akcemi a marketingovými tahy pomalu opadal a Lucie se proto rozhodla nabízet své služby i prostřednictvím slevových portálů. Každý portál má ale jiné podmínky a ona si chtěla vybrat ten, který se jí vyplatí nejvíc. Poradte jí, který to je.

#### Příklad 4

Lucie se rozhodla nabízet přes slevové portály degustační menu pro dvě osoby a polední menu - jedna porce. Voucher na degustační menu má být nabízen za 690 Kč, voucher na polední menu za 50 Kč, ale zobrazí se pouze těm, kteří nakoupí degustační menu.

- Slevový portál A má následující podmínky: poplatek 40 % z ceny každého prodaného voucheru, ale jako bonus za každých 100 prodaných voucherů 200 Kč zpět, tento portál zobrazí 5000 lidí, přičemž pravděpodobnost nákupu degustačního menu je 20 % a poledního menu 60 %.
- Slevový portál B má následující podmínky: poplatek 10 % z ceny každého prodaného voucheru, tento portál zobrazí 3000 lidí, přičemž pravděpodobnost nákupu pod 500 Kč je 30 % a nad 500 Kč 10 %.
- Slevový portál C má následující podmínky: poplatek 0 % z ceny každého prodaného voucheru, jednorázový poplatek za zveřejnění nabídky 170000 Kč, tento portál zobrazí 1000 lidí, přičemž pravděpodobnost nákupu je 70 %.

Předpokládejte, že náklady na přípravu degustačního menu pro jednu osobu jsou 165 Kč a náklady na jedno polední menu jsou 40 Kč.

- a) Který ze slevových portálů se Lucii vyplatí nejvíce po finanční stránce?
- b) Který ze slevových portálů se Lucii vyplatí nejvíce po stránce nalákání největšího množství potenciálních zákazníků?

Nezapomeňte svůj postup odůvodnit.