

# SEMINÁŘ EKONOMICKÝCH MOZKŮ

## 2. ROČNÍK

### ŘEŠENÍ 2. SÉRIE

#### Příklad 1

	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	-	20000	10000	18000	25000	12000
Zdravotní odváděné zaměstnavatelem	9	1800	900	1620	2250	1080
Sociální odváděné zaměstnavatelem	25	5000	2500	4500	6250	3000
Superhrubá mzda	-	<b>26800</b>	<b>13400</b>	<b>24200</b>	<b>33500</b>	<b>16100</b>
Měsíční záloha na daň z příjmu	15	4020	2010	3630	5025	2415
Měsíční sleva na dani z příjmu	-	2070 + 4140* = 6210	2070 + 210 = 2280	2070	2070 + 1117 = 3187	2070 + 335 = 2405
Měsíční záloha na daň po slevě odváděná zaměstnavatelem	-	0	0	1560	1838	10
Zdravotní placeno zaměstnancem	4,5	900	450	810	1125	540
Sociální placeno zaměstnancem	6,5	1300	650	1170	1625	780
Čistá mzda	-	<b>17800</b>	<b>8900</b>	<b>14460</b>	<b>20412</b>	<b>10670</b>
Odvody státu celkem	-	9000	4500	9660	13088	5410

\* Slevu na vyživovaného partnera lze sice aplikovat jen ročně v daňovém přiznání, ale pro lepší názornost zde přepočítáno na měsíc, jako správné řešení jsem však uznával i pokud s měsíční slevou 4 140 Kč nebylo počítáno.

Celkové měsíční mzdové náklady pro Lucku je součet všech superhrubých mezd tedy 26800 + 13400 + 24200 + 33500 + 16100 = **114 000 Kč**, ročně to pak činí **1 368 000 Kč**.

Zdroje: <http://www.vypocet.cz/popis-vypoctu-ciste-mzdy/>  
<http://www.penize.cz/kalkulacky/vypocet-ciste-mzdy#mzda2015>

## Příklad 2

1. Doporučila bych letáky, které budou rozdávat brigádníci před fakultami v Brně.
- Vzhled letáku:



- Brigádníci: Před každou fakultu bych umístila jednoho brigádníka rozdávajícího letáky. Celkem je v Brně 22 fakult: Masarykova univerzita – 9 fakult, Mendelova univerzita – 5 fakult, Vysoké učení technické – 8 fakult. To znamená, že dohromady bude potřeba 22 brigádníků, které lehce seženu přes sociální sítě a známé. Brigádníci budou rozdávat letáky v úterý, středu a čtvrtek (nejfrekventovanější dny) a každý den přibližně 4 hodiny (8:30-10:30 a 12:30-14:30). V této době proudí nejvíce studentů do/z školy. Jejich hodinovou mzdu stanovím na průměrných 80,- Kč/hod.

Výpočet nákladů na brigádníky:  $\text{Hodinová sazba} \times \text{počet hodin za den} \times \text{počet dnů} \times \text{počet brigádníků} = 80 \times 4 \times 3 \times 22 = 21\,120,- \text{ Kč}$

- Tisk letáků: Celkem bych vytiskla pro každého brigádníka 1000 letáků, a to prostřednictvím firmy Reproress: <http://www.reproress.cz/inpage/letaky-tisk-brno/>. Vzhledem k barevnosti letáku zvolím tisk „barevnost 4+4“, tudíž mi jeden leták vyjde maximálně na 0,90 Kč (pokud nedostanu slevu navíc).

Výpočet nákladů na tisk:

Počet letáků \* cena letáku:  $22\,000 \times 0,90 = 19\,800,- \text{ Kč}$  (cena bez DPH)

$19\,800 \times 1,21 = 23\,958,- \text{ Kč}$  (cena s DPH)

Celkové náklady na propagaci pomocí letáků jsou  $21\,120 + 23\,958 = 45\,078,- \text{ Kč}$ .

## 2. Dále bych doporučila reklamu v rádiu ve formě 30s spotu

- Umístění reklamy: Spot bych umístila pouze do regionálních rádií spadajících do Jihomoravského kraje, kde se nachází Brno, protože cílím na mládež studující v Brně. Co se týče časového horizontu, reklamu bych nechala vysílat ráno mezi 9-12 hod a poté odpoledne mezi 15-18hod. Předpokládám, že v tuto dobu studenti nejčastěji poslouchají rádio, protože ještě/již nejsou ve škole. K umístění reklamy do rádia doporučuji využít firmu RADIOHOUSE a jejich balíček RADIOHOUSE Jihomoravský kraj, viz. [http://www.radiohouse.cz/\\_files/cenik\\_2015.pdf](http://www.radiohouse.cz/_files/cenik_2015.pdf) (str. 2). Zde je uvedená cena balíčku v čase 9-12hod. za 10 800,- Kč a v čase 15-18 hod. za 7 800,- Kč.

Cena za umístění reklamy (bez DPH):  $10\,800 + 7\,800 = 18\,600,-$  Kč

Cena vč. DPH:  $18\,600 * 1,21 = 22\,506,-$  Kč

- Návrh spotu: Cílem spotu je zaujmout studenty, kteří nejčastěji hodují dobrému a především levnému alkoholu. Obsah reklamy by měl být tedy pozitivní, poukazující na ochotný personál, levné nápoje i jídlo. Dále by zde mělo být zmíněno umístění v centru Brna. Cílem spotu je především nadchnout studenty k návštěvě lokálu, který jim nabízí příjemnou atmosféru, levné drinky a především nejlepší možný start večírků! Spojovacím heslem všech propagačních materiálů je: „Chceš zažít pořádnou party?“

- Nahrávka spotu: Spot je potřeba nahrát ve speciálním nahrávacím studiu, na což bych využila firmu HITMAKER (<http://www.hitmaker.cz/cenik>), která se mimo jiné specializuje i na 30s spoty do rádií. Pro nás tedy ideální volba. Cena za nahrávku činí 4800,- Kč. Po nahrání spotu je však potřeba nahrávku ještě upravit do finální verze. Hodina takovéto práce vyjde na 800,- Kč/hod. Budeme předpokládat, že úprava nezabere více jak 10 hodin.

Cena za nahrávku (bez DPH):  $4800 + 10 * 800 = 12\,800,-$  Kč

Cena za nahrávku vč. DPH:  $12\,800 * 1,21 = 15\,488,-$  Kč

Celková cena za reklamu v rádiu:  $22\,506 + 15\,488 = 37\,994,-$  Kč

## 3. Reklama prostřednictvím sociálních sítí

V současném světě moderních technologií je velkou výhodou reklama prostřednictvím sociálních sítí jako je Facebook, Instagram apod.. Vzhledem k tomu, že momentální náklady jsou  $45\,078 + 37\,994 = 83\,072,-$  Kč, zbylých necelých 17 000 bych pro vyšší účinek zainvestovala na placenou propagaci stránky prostřednictvím Facebooku viz. <https://www.facebook.com/advertising/faq>, která cílí na námi určenou skupinu lidí. Z tohoto důvodu si myslím, že je výhodné propagovat podnik nejen pomocí stránky na Facebooku a sdílení statusů, ale rovněž zainvestovat do již zmíněné reklamy s možností cílení. Zbytek peněz bych si uschovala na neočekávané výdaje spojené s propagací.

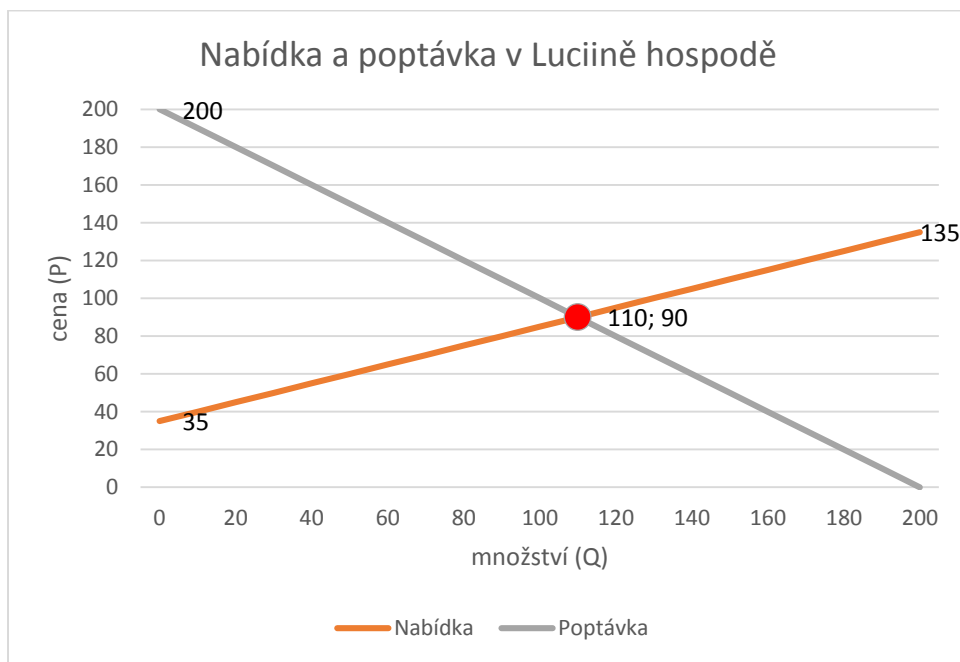
### Příklad 3

1. Cena 100:  $Q^s = 2P^s - 70 = 200 - 70 = 130$   
Cena 50:  $Q^s = 2P^s - 70 = 100 - 70 = 30$
2. Cena 100:  $Q^d = 200 - P^d = 200 - 100 = 100$   
Cena 50:  $Q^d = 200 - P^d = 200 - 50 = 150$
3. V rovnováze platí:

$$\begin{aligned}Q^d &= 200 - P^d = Q^s = 2P^s - 70 \\200 - P &= 2P - 70 \\270 &= 3P \\P &= 90\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}Q^s = Q^d &= 200 - P^d = 200 - 90 = 110 \\Q &= 110\end{aligned}$$

4.



## Příklad 4

- **Slevový portál A** zobrazí 5000 lidí, 20 % z nich si koupí degustační menu, tj. 1000 lidí. Těmto 1000 lidem se zobrazí polední menu, které si koupí 60 % z nich, tj. 600 lidí.

*Jaký je zisk z degustační menu?* Od ceny voucheru odečteme poplatek portálu a náklady na přípravu menu tj.  $690 - 40\%$  pro portál (276) -  $2 \cdot 165$  náklady (330) = 84 Kč výdělek na degustační menu pro dvě osoby.

Prodáno jich bylo 1000, takže to znamená 84 000 Kč zisk.

*Jaký je zisk z poledního menu?* Od ceny voucheru odečteme poplatek portálu a náklady na přípravu menu tj.  $50 - 40\%$  pro portál (20) - náklady (40) = -10, celkem prodáno 600, takže 6 000 Kč ztráta.

Navíc tento portál vyplácí *bonus* za každých 100 prodaných voucherů, Lucie prodala voucherů 1000 + 600 = 1600, dostane zpět tedy  $16 \cdot 200$  Kč, tj. 3200 Kč plus.

Celkem vydělá  $84000 - 6000 + 3200 =$  **81 200 Kč** a naláká 1000 dvojic na degustační menu a 600 lidí na polední menu, tj. celkem **2600** osob (z toho některé dvakrát).

- **Slevový portál B** zobrazí 3000 lidí, 10 % z nich si koupí degustační menu, tj. 300 lidí. Těmto 300 lidem se zobrazí polední menu, které si koupí 30 % z nich, tj. 90 lidí.

*Jaký je zisk z degustační menu?* Od ceny voucheru odečteme poplatek portálu a náklady na přípravu menu tj.  $690 - 10\%$  pro portál (69) -  $2 \cdot 165$  náklady (330) = 291 Kč výdělek na degustační menu pro dvě osoby.

Prodáno jich bylo 300, takže to znamená 87 300 Kč zisk.

*Jaký je zisk z poledního menu?* Od ceny voucheru odečteme poplatek portálu a náklady na přípravu menu tj.  $50 - 10\%$  pro portál (5) - náklady (40) = 5, celkem prodáno 90, takže 450 Kč zisk.

Celkem vydělá  $87300 + 450 =$  **87 750 Kč** a naláká 300 dvojic na degustační menu a 90 lidí na polední menu, tj. celkem **690** osob (z toho některé dvakrát).

- **Slevový portál C** zobrazí 1000 lidí, 70 % z nich si koupí degustační menu, tj. 700 lidí. Těmto 700 lidem se zobrazí polední menu, které si koupí 70 % z nich, tj. 490 lidí.

*Jaký je zisk z degustační menu?* Od ceny voucheru odečteme náklady na přípravu menu tj.  $690 - 2 \cdot 165$  náklady (330) = 360 Kč výdělek na degustační menu pro dvě osoby.

Prodáno jich bylo 700, takže to znamená 252 000 Kč zisk.

*Jaký je zisk z poledního menu?* Od ceny voucheru odečteme náklady na přípravu menu tj.  $50 -$  náklady (40) = 10, celkem prodáno 490, takže 4900 Kč zisk.

*Tento portál účtuje jednorázový poplatek 170 000 Kč.*

Celkem vydělá  $252000 + 4900 - 170000 =$  **86 900 Kč** a naláká 700 dvojic na degustační menu a 490 lidí na polední menu, tj. celkem **1890** osob (z toho některé dvakrát).

a) Po finanční stránce se Lucii nejvíce vyplatí slevový portál B.

b) Co se týče nalákání nových zákazníků, vyplatí se Lucii nejvíce portál A.