**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 zaokrouhlujte 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 odváděné zaměstnavatelem | 9 |  |  |  | 2250 |  |
| Sociální odváděné 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 většinovou 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. 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 , kde Qd je poptávané množství a Pd poptávková cena. Luciina nabídka je dána funkcí , kde Qs je nabízené množství a Ps nabídková cena.

1. Kolik jídel nabízí Lucie při ceně 100 Kč? Kolik při ceně 50 Kč?
2. Kolik jídel se poptává při ceně 100 Kč? Kolik při ceně 50 Kč?

Rovnováha nastává pokud a zároveň . Tedy nabízené i poptávané množství se při dané ceně jednají.

1. Vypočítejte rovnovážnou cenu P a rovnovážné množství Q. Uveďte i výpočet, ne pouze výsledné hodnoty.
2. 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. Poraďte 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.

1. Který ze slevových portálů se Lucii vyplatí nejvíce po finanční stránce?
2. Který ze slevových portálů se Lucii vyplatí nejvíce po stránce nalákání největšího množství potenciálních zákazníků?

Nezapomeňte svůj postup odůvodnit.