

Ekonomika organizací

Seminář č. 8

Příklad 1

Cestovní kancelář má ve svém portfoliu tyto produkty, charakteristické podílem na trhu, vývojem (růstem) trhu a podílem na obrátu podniku:

	podíl na trhu	růst trhu	podíl na obrátu
Rafty:	0,2	15%	5%
Pobyty u moře:	8	9%	30%
Poznávací zájezdy:	0,5	20%	10%
Vysokohorská turistika:	0,3	0%	17%
Zimní zájezdy (lyžování):	4	4%	20%
Cykloturistické zájezdy:	3	20%	15%
Expediční výpravy:	0,8	9%	3%

Analyzujte tyto produkty s využitím Bostonské matice portfolia.

Příklad 2

Podnik má k dispozici 2 000 000 Kč. Může je využít k výrobě produktu A nebo produktu B z výrobními náklady produktu buď 1 200 000 Kč nebo 2 000 000 Kč. Může také uložit peníze v bance, případně část kapitálu použít na výrobu jednoho produktu a zbytek pro vklad v bance. Uveďte přehled jednotlivých alternativ jednání.

Příklad 3

Hotelový řetězec Holiday Inn působící na více místech v Evropě hledá nové místo pro svou další pobočku. Z předběžné analýzy vyplynulo, že v úvahu připadají 4 místa. (a_1, a_2, a_3, a_4) . Jako podstatná kritéria rozhodování - pro rozhodování podstatné stavy okolí $(s_1, s_2, s_3,)$ - byly určeny roční dopravní náklady, mzdové náklady a daňové výhody.

Výsledková matice:

	Roční dopravní náklady v tis. Kč	Mzdové náklady	Daňové výhody
1. místo	5 000	malé	průměrné
2. místo	8 000	střední	velmi vysoké
3. místo	7 000	vysoké	vysoké
4. místo	7 000	malé	vysoké

Transformujte tuto výsledkovou matici na rozhodovací s využitím 5-ti bodové škály užítku a rozhodněte, kterou variantu má podnik vybrat.