Jména a příjmení členů týmu:

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |

**Úkol 1: Výpočet marží**

Společnost prodává produkt A za 1200 Kč. Přímé náklady na produkt A činí 780 Kč. Celkové provozní náklady firmy jsou 500 000 Kč a celkové měsíční tržby činí 600 000 Kč. Čistý zisk je 80 000 Kč.

**Otázky:**

1. Vypočítejte **hrubou marži** u produktu A (%).
2. Vypočítejte celkovou **provozní marži** (%).
3. Vypočítejte celkovou **čistou marži** (%).
4. Který z těchto ukazatelů je podle vás klíčový pro obchodního ředitele a proč?

**Úkol 2: GMROI analýza**

Společnost má za poslední kvartál tržby 1 800 000 Kč, náklady na prodané zboží činí 1 000 000 Kč a průměrné náklady na zásoby jsou 450 000 Kč.

**Otázky:**

1. Spočítejte **hrubou marži (v Kč)**.
2. Vypočítejte **GMROI**.
3. Je tento výsledek uspokojivý? Porovnejte jej s průměrným GMROI v sektoru elektroniky (např. 92 Kč) a diskutujte.

**Úkol 3: Activity-Based Costing (ABC)**

Firma eviduje následující aktivitu: **"Zpracování objednávky"**. Celkové náklady na tuto aktivitu činí 200 000 Kč a bylo provedeno 5000 objednávek. Produkt B vyžaduje zpracování 12 objednávek měsíčně.

**Otázky:**

1. Vypočítejte **sazbu nákladového střediska (RCD)**.
2. Jaké jsou celkové **náklady na produkt B** v rámci této aktivity za měsíc?

**Úkol 4: Cenotvorba**

Zákazníci vnímají hodnotu nového produktu C ve výši 1500 Kč. Náklady na jeho výrobu jsou 820 Kč.

**Otázky:**

1. Jakou **marži (%)** dosáhne firma, pokud stanoví cenu podle vnímané hodnoty?
2. Jak by se lišila cena podle nákladově orientované cenotvorby s fixní marží 35 %?
3. Jakou strategii cenotvorby byste zvolili pro uvedení produktu na trh a proč?