Podniková ekonomika 2

[1 Nákladová funkce 1](#_Toc156142797)

[1.1 Metody stanovení nákladové funkce 1](#_Toc156142798)

[2 Citlivostní analýza 2](#_Toc156142799)

[3 Kalkulační metody 2](#_Toc156142800)

[3.1 Kalkulace prostým dělením 2](#_Toc156142801)

[3.2 Kalkulace ekvivalenčních čísel 2](#_Toc156142802)

[3.3 Přirážková kalkulace 3](#_Toc156142803)

[3.4 Kalkulace variabilních nákladů 3](#_Toc156142804)

[4 Cenová tvorba 3](#_Toc156142805)

[4.1 Metoda cenové tvorby pomocí ziskové přirážky 3](#_Toc156142806)

[4.2 Metoda cenové tvorby pomocí rentability z investovaného kapitálu 3](#_Toc156142807)

[4.3 Metoda cenové tvorby pomocí zákazníkem vnímané hodnoty 4](#_Toc156142808)

# Nákladová funkce

Stěžejním členěním nákladů je **členění dle produkce** – náklady fixní a variabilní. Platí poté že celkové náklady celkové variabilní náklady (patří zde materiál, přímé mzdy, spotřeba energií ve výrobě).

Z toho odvodíme **obecný tvar nákladové funkce** $. Na tento tvar má dopad, zda podnik realizuje homogenní nebo nehomogenní produkci.

* **Homogenní** (stejnorodá) **produkce** reprezentuje výrobu jednoho druhu výrobku / poskytování jednoho typu služby. Pro tento typ produkce platí, že jednotkové variabilní náklady a objem produkce .
* **Nehomogenní produkce** reprezentuje výrobu různých výrobků a služeb. Pro tento typ produkce platí, že průměrné variabilní náklady na jednu korunu produkce (variabilní složka nákladů z jedné koruny tržeb) a objem produkce vyjádřený objemem tržeb . Nákladová funkce je primárně využívaná k plánování finanční zdrojů.

## Metody stanovení nákladové funkce

První metodou je **metoda dvou období**. Vycházíme z posledních 12 kalendářních měsíců. V každém měsíci porovnáme objem produkce a spojené celkové náklady. Vybereme období s minimálním a maximálním objemem produkce, pro každé z nich sestavíme výchozí nákladovou funkci a získáme soustavu rovnic, ze které dokážeme odvodit a V.

* Příklad č. 1
* Jedná se o prostředí s nehomogenní produkcí (z důvodu ukazatele objemu výrobu v peněžních částkách).
* Maximální období - $8,500,000=FN+V{\cdot}12,000,000$ Minimální období - $6,000,000=FN+V{\cdot}7,000,000$ Řešením jsou konstanty $FN=5,500,000$ a $V=0.25$. Nákladovou funkcí je tedy $N=5,500,000+0.25{\cdot}Q$.

Druhou metodou je **metoda průměrů**. Vycházíme z posledních 12 kalendářních měsíců. Sledovaná období se seřadí vzestupně, nebo sestupně, podle objemu produkce. Tato období se rozdělí na dvě poloviny a z nich průměrem sestavíme funkci pro maximální a minimální období. Dále pokračujeme stejně, jako v předchozí metodě.

Přesnější metodou je metoda průměrů, protože do výpočtu vstupují všechna sledovaná období.

# Citlivostní analýza

* Přiklad č.2
* Zadání - $FN=600,000$, $p=10$, $VN=4$, $Q\_{max}=130,000$ Bod zvratu - $Q\_0=\frac{FN}{C-V}=100,000$ Bezpečnostní marže 2 - $BM\_2=\frac{Q\_{max}-Q\_0}{Q\_{max}}=23.1 \%$ (musíme kapacitu využít alespoň na $76,9\%$, abychom nebyli ve ztrátě) Objem při stanoveném zisku - $Q\_{Z\_{min}}=\frac{FN+Z\_{min}}{C-V}=116,667$ Citlivost ceny - $FN\_1=Q\_1\cdot{(c\_0-v\_1)}, c\_0=9,14, S\_c=\frac{c\_1-c\_0}{c\_1}=8,6\%$

# Kalkulační metody

Kalkulační metody jsou postupy pro stanovení nákladů na kalkulační jednici - na výrobek nebo na službu. Výstup kalkulačních metod se používá pro stanovení prodejní ceny.

Náklady členíme na **přímé** (lze přímo stanovit v hodnotě na danou jednici - přímý materiál , přímé mzdy , ostatní přímé náklady ) a **nepřímé** (nelze přímo vyčíslit, jedná se o režijní náklady - výrobní režie (prostory, výrobní zařízení), správní režie (administrativa, prostory, provoz), zásobovací režie (sklady), odbytová režie (prodejní prostory)).

Všechny přímé a nepřímé náklady zachycuje **typový kalkulační vzorec**. Jsme schopni spočítat **vlastní náklady výroby** (), poté **vlastní náklady výkonu** (), poté **úplné vlastní náklady výkonu** ().

## Kalkulace prostým dělením

Metoda je použitelná pouze pro oblast s homogonenní produkcí.

## Kalkulace ekvivalenčních čísel

Metoda je použitelná pouze pro oblast nehomogennní produkce, a to zejména v případě výroby ze stejného materiálu, tvarově podobné výrobky nebo výrobu v typových řadách.

V prvním kroku se stanoví **součet přepočítaných jednic**  (stanovím základní výrobek s poměrovým číslem , nákladové položky ostatních výrobků se budou k tomuto základnímu vztahovat).

V dalším kroku pomocí součtu vypočítám nákladovou položku na základní výrobek. Nákladové položky ostatních výrobků se stanoví součinem příslušného ekvivalenčního čísla a nákladů na základní výrobek.

## Přirážková kalkulace

Metoda je použitelná pouze pro oblast nehomogenní produkce. Princip je postaven na stanovení na stanovení **režijní přirážky**  - podíl režijních nákladů a rozvrhové základny **.** Rozvrhovou základnu si podnik volí individuálně (v praxi v závislosti na konkrétních režii, může být použito jakékoli veličiny, nejčastěji spotřeba času ve výrobě nebo objem produkce).

## Kalkulace variabilních nákladů

Metoda se používá pro optimalizaci výrobkového portfolia - zjišťujeme, zda je vhodné do výroby zařadit nový výrobek, zda vyřadit ztrátový výrobek nebo vyrábět jeden výrobek na úkor druhého. V praxi se porovnává variabilní kalkulace před změnou s variabilní kalkulací po změně.

Nejčastěji využíváme dvoustupňové variabilní kalkulace. Vycházíme z **portfolia výrobků** a kalkulujeme **příspěvek na úhradu 1**  (pokud vyjde záporně, výrobek je třeba vyřadit), poté kalkulujeme **příspěvek na úhradu 2** (přímé fixní náklady). Pokud od celkového příspěvku na úhradu 2 odečteme společné fixní náklady, dostáváme hospodářský výsledek . Příspěvek na úhradu 2 porovnává pozici výrobku v rámci portfolia - zda je Hvězda, apod.

# Cenová tvorba

Začínáme průzkumem trhu pro stanovení očekávané poptávky. Poté stanovíme náklady na kalkulační jednici. Provedeme porovnání nákladů se stejnými či konkurenčními výrobky. Vybereme metodu cenové tvorby a na základě výstupu stanovíme výslednou prodejní cenu.

## Metoda cenové tvorby pomocí ziskové přirážky

Podnik si stanoví ziskovou přirážku z jednicových nákladů.

## Metoda cenové tvorby pomocí rentability z investovaného kapitálu

Používáme pouze v případě, pokud je nutná vstupní investice a z ní požadovaná rentabilita .

## Metoda cenové tvorby pomocí zákazníkem vnímané hodnoty

První možností aplikace je **použití cenové diskriminace**.

Druhou možností je **stanovení marketingovým průzkumem**, která stanoví horní hranici prodejní ceny (maximální prodejní cena, kterou je zákazník ochoten za výsledek připlatit).

Oproti tomu stanovujeme dolní hranici prodejní ceny , která motivuje výrobce k výrobě a prodeji výrobku.