

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Podnikatelský záměr a možnosti jeho rozšíření

Bakalářská práce

Jméno a příjmení: Michaela Šimonová

Studijní program: B6208 / Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R117 / Účetnictví a finanční řízení podniku

2018

Katedra ekonomiky

Vedoucí práce: Ing. Martina Novotná, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Datum

Podpis studenta

Poděkování

Děkuji tímto mé vedoucí práce Ing. Martině Novotné, Ph.D. za cenné připomínky k práci a rodině a blízkým za pochopení a podporu při studiu a zpracování této bakalářské práce.

Obsah práce

Úvod	3
1. Vymezení základních pojmů z oblasti podnikání	4
1. 1. Podnikatel a podnikání.....	4
1. 2. Podnik - závod.....	5
1. 3. Podnikatelský plán.....	5
1. 4. Daňová evidence.....	5
1. 5. Účetnictví.....	6
1. 6. Obchodní korporace	7
1. 7. Živnost.....	7
2. Činnosti související se vznikem podnikání.....	7
2. 1. Obchodní činnosti.....	7
2. 2. Ekonomické činnosti.....	8
2. 3. Sociálně psychologické činnosti	8
2. 3. 1. Osobnost podnikatele	8
2. 3. 2. Myers-Briggs Type Indicator.....	9
2. 4. Právní činnosti	10
2. 4. 1. Osobní společnosti	10
2. 4. 2. Kapitálové společnosti	11
2. 4. 3. Družstvo	11
2. 4. 4. Živnostenské podnikání	12
2. 5. Založení živnosti – podmínky a postup.....	12
2. 6. Malé a střední podnikání a jeho význam	15
3. Podnikatelský plán a jeho součásti.....	16
3. 1. Obecné zásady a účel podnikatelského plánu	16
3. 2. Součásti podnikatelského plánu	16
3. 2. 1. Titulní strana	17
3. 2. 2. Exekutivní souhrn	17
3. 2. 3. Analýza trhu.....	17
3. 2. 4. Popis podniku	19
3. 2. 5. Výrobní plán	19
3. 2. 6. Marketingový plán.....	19
3. 2. 7. Finanční plán	20
3. 2. 8. Organizační plán	22
3. 2. 9. Hodnocení rizik.....	22
3. 2. 10. Přílohy.....	22
3. 3. Business model Canvas	23

3. 4.	Přístupy k růstu a trendy	24
3. 5.	Možnosti růstu a inovační metody	25
	Metodika	27
4.	Charakteristika konkrétního podnikatelského záměru.....	29
4. 1.	Podnikatelský plán subjektu	29
4. 2.	Podrobný popis podnikatele	29
4. 3.	Exekutivní souhrn.....	31
4. 4.	Tržní analýza a hodnocení hrozeb	33
4. 4. 1.	PEST analýza	33
4. 4. 2.	SWOT analýza.....	33
4. 4. 3.	Porterův model	36
4. 5.	Výrobní plán.....	37
4. 5. 1.	Proces výroby.....	37
4. 5. 2.	Drátenictví.....	37
4. 5. 3.	Vyjádření výhodnosti činnosti z ekonomického pohledu.....	38
4. 6.	Marketingový plán	41
4. 7.	Finanční plán	43
5.	Možnosti rozšíření podnikatelské činnosti	44
6.	Analýza ekonomických výsledků.....	45
	Závěr	47
	Summary	49
	Seznam literatury	50
	Seznam ostatních zdrojů	51
	Seznam obrázků, grafů a tabulek.....	52
	Seznam příloh.....	53
	Přílohy	

Úvod

„V podnikání nemůžete čekat, až bouřka přejde, je nutné naučit se tančit v dešti.“

Steve Jobs

Podnikatel nemá vždy schopnost ovlivnit veškeré faktory působící na něj a jeho podnikání. Celou řadu záležitostí ale ovlivnit dokáže. Podnikatel by měl mít nejen teoretický přehled z celé škály vědních disciplín, ale aplikovat teorii v praxi. Jednoduše řečeno, vědět, co, jak, kdy, proč a za kolik v podnikání činí. K tomu mu může pomoci podnikatelský plán, který tvoří nejvýznamnější obsah této práce, a to jak po teoretické, tak praktické stránce.

O pojmech, jako je podnikání, podnikatel, živnost, podnik a dalších je slyšet poměrně často. Přesto není od věci si v první části této práce připomenout jejich definici, a navíc se zamyslet nad tím, jestli odpovídají realitě. Jestli skutečně podnikatel ve vašem okolí, je člověkem, který se na tuto činnost hodí. Zdali živnostníci podnikají za účelem zisku, nebo mají i jiné cíle. Neméně důležitá je orientace v legislativním prostředí při zakládání podnikání, vždyť jedině na základě toho můžeme hovořit o podnikání jako takovém.

Těm, co nesplní zákonem stanovené podmínky a podnikají tzv. „na černo“, hrozí postih. Než ale vytvářet obavy, je v zájmu této práce motivovat čtenáře ke kladnějšímu vnímání podnikání. Bystrého člověka může v průběhu čtení napadnout myšlenka – jestli skutečně je to pravé neustále pracovat pro někoho jiného, či být svým vlastním šéfem. Tu moc, založit si podnikání, má téměř každý ve svých rukou. Je na čtenáři, po zvážení veškerých rizik, které se s podnikáním neodlučitelně pojí, jestli ji využije. Těžko se ale začínající podnikatel v dnešním konkurenčním světě uplatní, pokud si zvolí nevhodný předmět podnikání a jeho koncept nebude zákazníky oslovovat. Proto je zapotřebí získat celou řadu informací, aby pouhá touha podnikat nebyla prostou frází.

Bezesporu ale i stávající podnikatelé hledají možnosti, jak rozšířit svou činnost. Přístupů k růstu a možností růstu existuje celá řada – ať už se rozvíjí produkt, zlepšuje produktivita, obsazuje nový trh nebo využívá akvizicí. O postupu, který se použije, rozhodují kompetentní osoby a až za určitý časový úsek se ukáže, jestli bylo rozhodnutí správné. O to větší důraz se klade na dobře promyšlené a sestavené podnikatelské plány.

Hlavním cílem této práce je tedy zmapovat činnosti související se založením podniku. Pro vybraný podnikatelský záměr zpracovat podnikatelský plán a nastítnit možnosti rozšíření podnikatelské činnosti včetně dopadů do ekonomických výsledků.

1. Vymezení základních pojmů z oblasti podnikání

1. 1. Podnikatel a podnikání

Pojmy v rámci podnikatelské činnosti jsou často užívány, přesto vždy záleží, z jakého pramene se čerpají a z jakého hlediska se na ně pohlíží.

V našem právním prostředí definuje Občanský zákoník podnikatele takto: *„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“* (Zákon č. 89/2012 Sb., § 420).

Dále se uvádí vyvratitelná právní domněnka, že podnikatelem je osoba, která je zapsaná do obchodního rejstříku, nebo která má živnostenské či jiné oprávnění. Podnikatel vystupuje pod svým jménem, nebo obchodní firmou, která nesmí být zaměnitelná a klamavá. (Zákon č. 89/2012 Sb., § 421; § 422; § 423)

Podnikání tedy vykazuje činnost

- soustavnou – jedná se o činnost, která není nahodilá, příležitostná;
- samostatnou – osoba, která činnost provozuje, rozhoduje sama o místě výkonu, organizaci práce, financování, rozhodování o použití zisku apod.;
- na vlastní účet - podnikatel vystupuje pod svým jménem nebo obchodní firmou, nikoliv za někoho jiného;
- na vlastní odpovědnost – podnikatel je odpovědný za závazky vyplývající z podnikání;
- za účelem dosažení zisku. (“Jak Nový občanský zákoník definuje podnikání”, c2011-2014)

Zákon sice ukládá za cíl podnikatele dosažení zisku, ovšem z dlouhodobého hlediska se takový cíl dá označit za krátkozraký. To vzhledem k tomu, že by sociální a morální funkce postrádala na významu a firma by ztrácela svou vlastní identitu. Nejspolehlivější cestou k zisku je spokojený zákazník. (Synek & Kislingerová et. al.; 2015)

Podnikání je možné interpretovat v různých pojetích:

- ekonomické – jedná se o dynamický proces vytváření přidané hodnoty, při využití zdrojů a aktivit.
- psychologické – podnikání je prostředkem motivace něco získat, něčeho dosáhnout, nebo splnit. Umožňuje seberealizaci a určitou míru nezávislosti.
- sociologické – pomocí podnikání se zvyšuje blahobyt osob vytvářením pracovních míst, příležitostí a efektivnímu využívání zdrojů.
- právnícké – podnikání v pojetí zákona. (Veber & Srpová et. al., 2012)

Podnikání vykazuje obecné znaky, které určují, že se jedná o cílevědomou činnost, kde se využívají kreativní a iniciativní přístupy. V rámci této činnosti dochází k organizování a řízení procesů. Tvoří se přidaná hodnota, je ovšem potřeba i kalkulovat s možným neúspěchem a rizikem, které je s podnikáním spojeno. (Veber & Srpová et. al., 2012)

1. 2. Podnik - závod

V rámci novelizace zákonů byl zrušen Obchodní zákoník a byl nahrazen k 1. 1. 2014 zákonem č. 90/2012 Sb. (Zákon o obchodních korporacích) a zákonem 89/2012 Sb. (Zákon občanský zákoník), ve kterém se přejaly některé pojmy užívané v minulosti. To má za následek, že podnik jako takový občanský zákoník nezná. Nahradil ho pojem závod. (Pro potřeby této práce se dá pokládat podnik a závod za synonymum.) Obchodní závod nynější právní úprava chápe jako organizovaný soubor jmění, které podnikatel vytvořil. Tento soubor slouží k provozování jeho činnosti. (Zákon č. 89/2012 Sb., § 502)

1. 3. Podnikatelský plán

Podnikatelský plán (záměr) je písemný dokument zpracovaný podnikatelem, který popisuje důležité vnitřní a vnější faktory ať už se založením, nebo fungováním existujícího podniku. (Veber & Srpová et. al., 2012)

1. 4. Daňová evidence

Daňovou evidenci upravuje zákon č. 586/1992 Sb. (Zákon České národní rady o daních z příjmů) za účelem stanovení základu daně a daně z příjmů. Daňovou evidenci vedou osoby, které nemají povinnost vést účetnictví.

Je to evidence s údaji o:

- příjmech a výdajích;
- majetku a dlužích.

Konkrétní forma daňové evidence není stanovena, ovšem odkazuje se na Zákon o účetnictví – například u obsahového vymezení složek majetku. (Zákon č. 586/1992 Sb., § 7b)

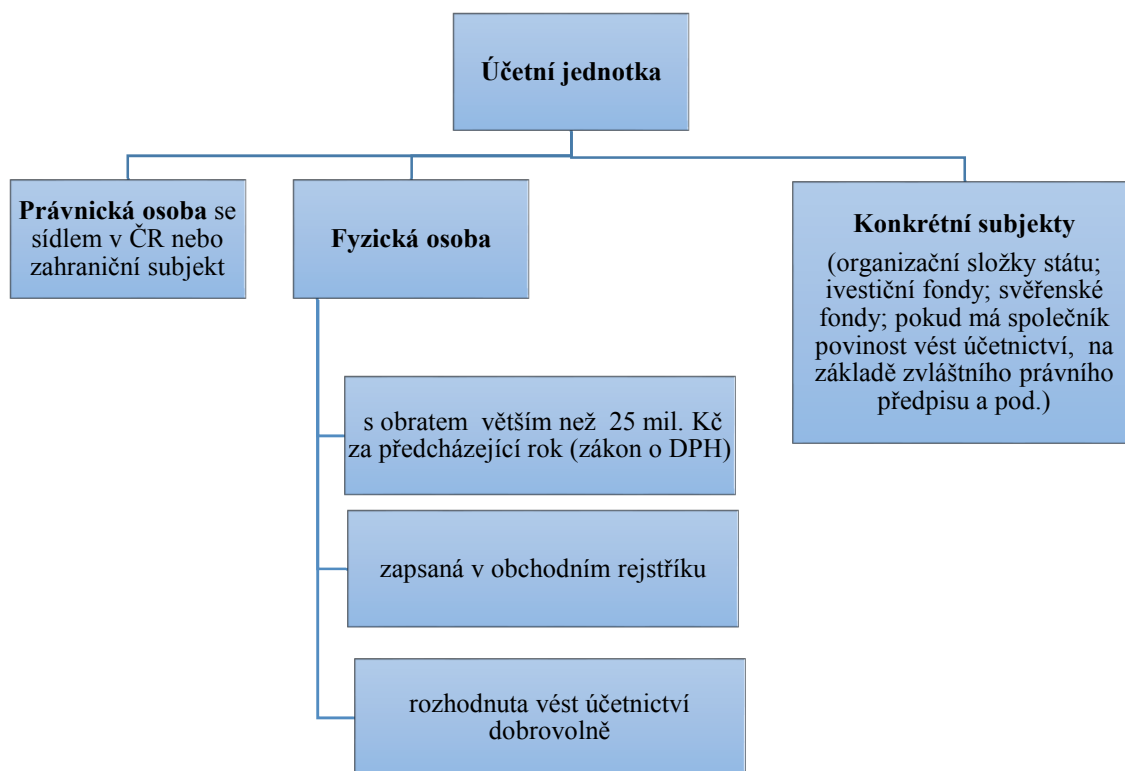
Daňová evidence je oproti účetnictví méně administrativně náročná. Přesto se obecně doporučuje vést následující evidence: **deník příjmů a výdajů**, karty dlouhodobého majetku, zásob, pohledávek a dluhů, karty rezerv, úvěrů a půjček, kniha jízd, mzdová evidence, pokladní kniha a další. Strukturu vedení daňové evidence si podnikatel upraví podle svých potřeb. Podnikatel vystavuje doklady, které je povinen spolu s další evidencí archivovat. (Dušek & Sedláček, 2017)

1. 5. Účetnictví

Účetní jednotky, které vedou účetnictví, využívají podvojný zápis o stavu a pohybu majetku a aktiv, závazků včetně dluhů a pasiv, dále o nákladech a výnosech a o výsledku hospodaření. (Zákon č. 563/1991 Sb.)

V následujícím schématu je přehledně zpracovaná povinnost vést účetnictví.

Obrázek č. 1 – Povinnost vést účetnictví



Zdroj: Vlastní zpracování podle zákona o účetnictví

1. 6. Obchodní korporace

Obchodní korporací zákon č. 90/2012 Sb. rozumí obchodní společnosti a družstva. Do obchodních společností patří osobní a kapitálové společnosti a zakládají se společenskou smlouvou. Družstvo tvoří družstvo a evropská družstevní společnost. Do obchodních korporací vnáší společníci svůj vklad, který má peněžní nebo nepeněžní povahu. (Zákon č. 90/2012 Sb., § 1; § 2; § 8; § 15)

1. 7. Živnost

Živnost upravuje v naší legislativě zákon č. 455/1991 Sb. (Zákon o živnostenském podnikání). „*Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*“ (Zákon č. 455/1991 Sb., zákon o živnostenském podnikání, § 2)

Tento zákon vymezuje v široké míře i to, co živností není. Za živnost se tak například nepovažuje činnost lékařů, advokátů, daňových poradců, provozování drážní dopravy, činnost bank, obchodníků s cennými papíry nebo distribuce elektřiny a další. Tyto činnosti jsou upraveny zvláštními právními předpisy. (Zákon č. 455/1991 Sb., § 3)

2. Činnosti související se vznikem podnikání

Před samotným vznikem podnikání je nutné provést činnosti v oblasti obchodní, ekonomické, sociálně psychologické a právní. Zohlední se i míra a rozsah podnikatelského rizika.

2. 1. Obchodní činnosti

V rámci obchodní činnosti se vymezí **předmět činnosti** a získají se **informace o trhu**. Potenciální podnikatel vyhledává a získává informace o zákaznících a jejich solventnosti, konkurenci na trhu, o dodavatelích a podmínkách apod. Při rozhodování o umístění podnikání se rozhoduje o přístupu k surovinám, zdroje energie a pracovních sil, jaká je dopravní situace v daném regionu či jaké jsou možnosti odbytu. (Novák, Kočiščíková, & Novotný, 2007)

V první fázi je potřeba, aby si podnikatel stanovil cíle firmy. Ve druhé fázi provede analýzu vnějšího a vnitřního prostředí. Dále se utvoří strategie, která se implementuje a následuje její zpětná kontrola. (Srpková & Řehoř et. al.; 2010)

2. 2. Ekonomické činnosti

Před zahájením činnosti podnikatel zpracuje podnikatelský plán, který by se měl zajímat oblastí financí. Je důležité, aby si podnikatel ujasnil potřebu finančních prostředků. (Novák, Kočiščáková, & Novotný, 2007)

Rozvaha (bilance) sestává z aktiv a pasiv. Aktiva tvoří majetek podniku uspořádaný podle složení a pasiva tvoří majetek uspořádaný podle toho, z jakých finančních prostředků byl pořízen. Platí zásada, že aktiva se musí rovnat pasivům. Rozeznáváme zahajovací rozvahu při založení podniku, počáteční rozvahu na začátku účetního období a konečnou rozvahu na konci účetního období (ukončení činnosti podniku).

Struktura zjednodušené rozvahy

- Aktiva obsahují dlouhodobý majetek (hmotný, nehmotný a finanční) a oběžný majetek (zásoby, krátkodobý finanční majetek a pohledávky);
- Pasiva zahrnují vlastní zdroje (základní kapitál, fondy) a hospodářský výsledek a cizí zdroje (úvěry, závazky a podobně).

Výkaz zisku a ztrát (výsledovka) sestává z nákladů a výnosů. Náklady jsou peněžní vyjádření spotřeby a výnosy výkony vyjádřené v penězích. Pokud se spočítá rozdíl výnosů a nákladů, zjistí se hospodářský výsledek. Ten může být zisk (výnosy jsou větší než náklady) nebo ztráta (náklady jsou větší než výnosy). Zisk se užívá jako vlastní zdroj financování majetku. (Štohl, 2012)

2. 3. Sociálně psychologické činnosti

Je potřeba zvážit, jestli se daná osoba na podnikání hodí, jaké má k němu předpoklady a rodinné zázemí. Podnikatel by měl umět jednat s lidmi, být cílevědomý a směřovat k dosažení cílů. (Novák, Kočiščáková, & Novotný, 2007)

2. 3. 1. Osobnost podnikatele

Podnikatel je člověk, který je nositelem a tvůrcem inovací a změn. Je zpravidla velmi silně motivovaný k využívání ať už podnikatelského, technického nebo lidského potenciálu. Prvky jako tvořivost, nové myšlenky, schopnost využívat příležitosti nebo je dokonce vytvářet, prozrazují, že na podnikání se hodí především lidé s těmito rysy. (Synek & Kislingerová et. al.; 2015)

Předpoklady člověka k podnikání vyjadřuje **podnikavost**, která je člověku dána, ale lze si ji i osvojit. Za podnikavého se označuje člověk, který má tuto vlastnost rozvinutou.

Podnikavost se člení na:

- **schopnosti** – jsou z velké části vrozené, např. rozumová či sociální inteligence;
- **vědomosti** – jedná se o znalosti o podnikání;
- **dovednosti** – jsou vzorce chování, které se aplikují pro řešení problémů;
- **osobní vlastnosti** – se skládají z nesespecifických, které mají všeobecné pojetí (např. temperament), nebo ze specifických osobních vlastnosti podnikatele. (Srpková & Řehoř et. al.; 2010)

Problematikou osobnosti se zabývá MBTI, jako jeden z mnoha modelů osobnosti.

2. 3. 2. Myers-Briggs Type Indicator

MBTI (Myers-Briggs Type Indicator) je pojem označující jeden z modelů osobnosti. Vytvořily ho americká psycholožka Isabel Briggs Myers a její matka Katharine Cook Briggs.

Model obsahuje celkem 16 osobnostních typů. Jednotlivou osobnost charakterizují čtyři písmena, která předurčují 4 oblasti jejího života.

Vnímání okolního prostředí - vymezení, jestli je povaha extrovertního (E) či introvertního rázu (I). Extroverti se zajímají o své okolí a rádi s lidmi komunikují, kdežto introverti prožívají své pocity a myšlenky uvnitř a ve společnosti spíše jen poslouchají.

Získávání informací – uvádí, jestli osobnost dává přednost smyslům (S), která upřednostňuje fakta a skutečnost nebo intuici (I), v rámci které se ráda zamýšlí a fantazíruje, s orientací na své vize a budoucnost.

Zpracování informací – určuje člověka upřednostňujícího logiku a myšlení (T), jenž rád pracuje s čísly a daty; nebo preferujícího své pocity a citění (F). Taková osobnost je empatická, bere v ohled pocity jiných lidí a ráda jim dělá radost.

Životní styl – vymezuje usuzovací styl (J), ve kterém osobnost své činnosti předem naplánuje a následně je dokončí do konce; nebo při stylu vnímání (P) své plány postupně mění, vylepšuje a činí rozhodnutí nejlépe až po termínu. (“MBTI test (Myers-Briggs Type Indicator)”, c2011-2018)

2. 4. Právní činnosti

Doporučuje se před založení podnikání se seznámit s problematikou právních předpisů nejen v ohledu na konkrétní podnikatelskou činnost, ale i mít přehled o daňových zákonech a dalších předpisech, vzhledem k tomu, že tyto oblasti spolu úzce souvisí. Podnikatel tak předejde nesplnění povinností uložených zákony a předpisy a následným sankcím. (Novák, Kočiščáková, & Novotný, 2007)

Právní forma podnikání výrazně ovlivní činnost podnikatele v delším časovém horizontu. Právních forem v České republice je celá řada. Častou volbou je **živnostenské podnikání, osobní společnosti** nebo **kapitálové společnosti**. Další možností je například **družstvo**, nebo nadace, nadační fond, ústav, spolek, či v pozici státu státní podnik. V případě zájmu působit nadnárodně upravují předpisy i evropskou společnost, evropská družstevní společnost nebo evropské hospodářské zájmové sdružení a další.

2. 4. 1. Osobní společnosti

Osobní společnosti jsou charakteristické tím, že je zakládají dvě nebo více osob, které se dělí o zisky a jsou společně odpovědné za ztráty. Společníci se přímo účastní podnikání, od čehož je odvozen název osobních společností. Mezi osobní společnosti patří veřejná obchodní společnost (v. o. s.) a komanditní společnost (k. s.). (Synek & Kislingerová et. al.; 2015)

Veřejná obchodní společnost se zapisuje do obchodního rejstříku a její název musí obsahovat „veřejná obchodní společnost“; „v. o. s.“ nebo „veř. obch. spol.“. Poměry společníků upravuje společenská smlouva. Zákon neupravuje výši vkladu do společnosti, ale hovoří o vkladové povinnosti, kterou plní společník podle společenské smlouvy. Splnit jí může nejenom peněžně a věcně, ale i provedením práce nebo poskytováním služby. Společníci ručí za dluhy společně a nerozdílně. Pokud společenská smlouva neurčí jinak, k rozhodování ve věcech společnosti je zapotřebí souhlasu všech společníků a každý společník má jeden hlas. (Zákon 90/2012 Sb., hlava II)

Komanditní společnost se zapisuje do obchodního rejstříku pod označením „komanditní společnost“; „kom spol.“ nebo „k.s.“ Vystupuje v ní nejméně jeden komanditista a nejméně jeden komplementář. Komanditisté ručí za dluhy společnosti společně a nerozdílně jen do výše svého nesplaceného vkladu podle stavu v obchodním rejstříku. Komanditisté mohou na základě společenské smlouvy ručit za dluhy do určité částky vyšší než jejich vklad, tzv. komanditní sumou. Komplementáři ručí za dluhy neomezeně a působí jako statutární orgán. Poměry ve společnosti upravuje společenská smlouva. (Zákon 90/2012 Sb., hlava III)

2. 4. 2. Kapitálové společnosti

Kapitálové společnosti se vyznačují kapitálovou účastí společníků, ale ne už přímou osobní účastí na podnikání a jeho řízení. Do kapitálových společností patří společnost s ručením omezeným a akciová společnost. (Synek & Kislingerová et. al.; 2015)

Společnost s ručením omezeným (dále s. r. o) se zapisuje do obchodního rejstříku pod názvem „společnost s ručením omezeným“, „spol. s r. o.“ nebo „s. r. o.“. Společníci ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně do výše neplnění vkladové povinnosti, která byla zapsaná v obchodním rejstříku v době, kdy byli věřitelem vyzváni k plnění. Podíl společníka může být na základě společenské smlouvy upraven kmenovým listem. Minimální výše vkladu je 1 Kč, pokud není společenskou smlouvou stanoven vyšší. Vklad může mít i nepeněžitou povahu, pak ho musí ocenit znalec. Vkladovou povinnost musí společník splnit ve lhůtě stanovené ve společenské smlouvě, nejpozději však do 5 let od vzniku společnosti nebo převzetí vkladové povinnosti za trvání společnosti. Tato společnost sestává z nejvyššího orgánu v podobě valné hromady, jednatele či jednatelů a dozorčí rady. (Zákon 90/2012 Sb., hlava IV)

Akciová společnost je společnost, u které je základní kapitál rozvržen do akcií. Akcie je cenný papír, který nese právo společníka se podílet na řízení, zisku a likvidačním zůstatku společnosti. Tato společnost označení „akciová společnost“; „akc. spol.“ nebo „a. s.“ a zapisuje se do obchodního rejstříku. Výše základního kapitálu je minimálně 2 000 000 Kč nebo 80 000 EUR v případě vedení účetnictví podle zvláštního zákona. Pro založení společnosti se musí přijmout stanovy. Akcionáři neručí za závazky společnosti, musí pouze splnit svou vkladovou povinnost za upsané akcie. V dualistickém systému sestává z valné hromady, představenstva

a dozorčí rady. V monistickém systému působí za představenstvo ředitel nebo jiný orgán a činnost dozorčí rady vykonává správní rada či její předseda, nebo jiný orgán. (Zákon 90/2012 Sb., hlava V)

2. 4. 3. Družstvo

Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob, které se zakládá za účelem podpory svých členů nebo třetích osob, případně za účelem podnikání. Družstvo má minimálně 3 členy a obsahuje označení „družstvo“. Družstvo se zakládá ustavující schůzí, kde se přijmou stanovy, zvolí orgány družstva a schválí způsob splnění základního vkladu. Vklad může mít i nepeněžitou povahu, pak jej ale ocení znalec. Člen má právo volit a být volen do orgánu

družstva, účastnit se rozhodování v řízení a podílet se na výhodách poskytovaných družstvem. Nese zároveň i povinnosti, a to dodržování stanov nebo dodržování rozhodnutí orgánů družstva. Člen neručí za závazky družstva. Orgány družstva jsou členská schůze, představenstvo a kontrolní komise. (Zákon 90/2012 Sb., hlava VI)

2. 4. 4. Živnostenské podnikání

Živnostenské podnikání je vhodná forma pro začínající podnikatele. Založení živnosti je poměrně jednoduché. Velikou výhodou je potřeba minimálního kapitálu pro založení živnosti, na druhou stranu má podnikatel ztížený přístup k dalšímu kapitálu a neomezeně ručí za dluhy. (Synek & Kislíngrová et. al.; 2015)

Dalšími výhodami živnostenského podnikání je:

- samostatnost a volnost v rozhodování;
- minimum formálních a právních povinností (zveřejňovací povinnost);
- nízké výdaje na založení;
- podnikatelská činnost je zahájena ihned po ohlášení (s výjimkou koncese);
- volba daňové evidence nebo účetnictví;
- jednoduché ukončení činnosti či její přerušování.

Za nevýhody živnostenského podnikání lze považovat:

- vysoké riziko v rámci neomezeného ručení majetkem podnikatele;
- vysoké požadavky na odborné a ekonomické znalosti podnikatele;
- problémy v podnikání mohou ovlivnit podnikatelovu rodinu;
- podnikatel vykonává celou řadu činností;
- vnímání živnostníka jako „méněcenného partnera“;
- nemoc podnikatele ovlivní kontinuitu podnikání. (Veber & Srpová et. al., 2012)

2. 5. Založení živnosti – podmínky a postup

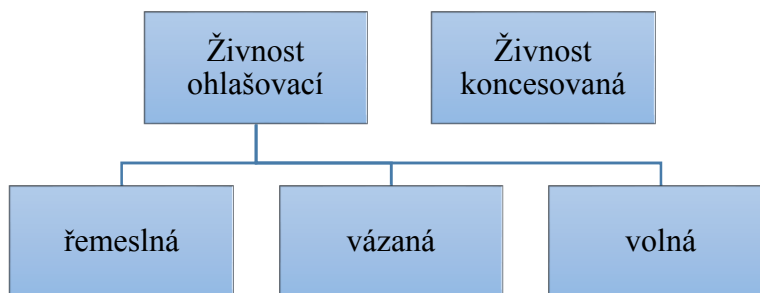
Pro založení živnosti je nutné splnit podmínky pro provozování živnosti. Všeobecnými podmínkami je plná svéprávnost a bezúhonnost. (Občanský zákoník upravuje plnou svéprávnost jako dosažení zletilosti – 18 let věku, či přiznání svéprávnosti nebo svéprávnost uzavřením manželství.) Bezúhonnost se u občanů České Republiky prokazuje výpisem z evidence Rejstříků trestů. (Zákon č. 455/1991 Sb., § 6)

Mimo všeobecné podmínky se musí splnit i zvláštní podmínky pro provozování živnosti – odborná způsobilost nebo jiná způsobilost. Odborná způsobilost se tak prokáže například výučním listem, maturitní zkouškou, ukončením vyššího a vysokoškolského studia v oboru

nebo uznáním odborné kvalifikace. (Zákon č. 455/1991 Sb., § 7, § 21) Tyto zvláštní podmínky podrobně upravují přílohy k tomuto zákonu. Pro příklad – k provozování autoškoly je zapotřebí profesní osvědčení vydané krajským úřadem a 1 rok praxe v oboru. (Zákon č. 455/1991 Sb., Příloha)

Rozdělení živností podle živnostenského zákona je názorně zobrazeno v následujícím obrázku.

Obrázek č. 2 – Rozdělení živností



Zdroj: Vlastní zpracování podle živnostenského zákona

Živnosti ohlašovací se mohou provozovat po splnění podmínek a ohlášení. Skládá se z následujících živností:

- řemeslná živnost – odborná způsobilost je získána vyučením v oboru a praxí (truhlářství, zednictví, řeznictví a uzenářství a podobně);
- vázaná živnost – odborná způsobilost je stanovena pro každou živnost zvlášť (např. provozování autoškoly, činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence, podnikání v oblasti nakládání s nebezpečnými odpady, oční optika);
- volná živnost – odborná způsobilost není stanovena (chov zvířat, fotografické služby, výroba bižuterie, umělecko-řemeslné zpracování kovů).

Živnosti koncesované – mohou se provozovat jen na základě udělení koncese (Zákon č. 455/1991 Sb., § 9)

Pokud se podnikatel rozhodl pro založení živnosti s určitým předmětem činnosti, stanoví si své obchodní jméno, pod kterým bude živnostenské podnikání provozovat. Ověří si, jestli daná činnost skutečně vykazuje znaky živnosti a zda splňuje všeobecné i zvláštní podmínky pro provozování živnosti. (Veber & Srpová et. al., 2012)

Podnikatel se osobně dostaví ke kterémukoliv živnostenskému úřadu, tedy **centrálního registračního místa (CRM)**. Je možná komunikace i elektronicky nebo poštou. Případně se dostaví na službu Czech POINT. Podnikatel předloží ohlášení živnosti na formuláři

(Jednotný registrační formulář), doklad prokazující právní důvod užívání prostor uvedených jako sídlo (pokud se liší od bydliště), doklad o závodu mimo území ČR v případě zřizování organizační složky závodu a doklad o zaplacení správního poplatku. V případě řemeslné nebo vázané činnosti se musí předložit i doklady prokazující odbornou či jinou způsobilost. (výuční list, maturitní zkouška, praxe apod.) V případě odpovědného zástupce se vyžaduje i jeho souhlas s ustanovením do funkce.

Správní poplatky činí:

- 1000 Kč za založení živnosti
- 500 Kč za další ohlášení živnosti(i)
- 50 Kč při podání přes kontaktní místo veřejné správy

Správní poplatky se hradí v hotovosti v sídle živnostenského úřadu, poštovní poukázkou nebo bankovním převodem.

Jednotný registrační formulář (JRF) usnadňuje zakládání podnikání, pomocí kterého lze na živnostenském úřadě učinit podání i dalším úřadům, a to správě sociálního zabezpečení, zdravotní pojišťovně a úřadu práce. Lze podat i přihlášku k registraci nebo oznámení pro finanční úřad.

V ohlášení se uvede jméno a příjmení, případně obchodní firma, státní občanství, bydliště, rodné číslo, datum a místo narození a rodné příjmení, předmět podnikání, sídlo, IČ, bylo-li již uděleno a provozovny.

Živnostenský úřad provede zápis do živnostenského rejstříku do 5 pracovních dnů a vydá podnikateli výpis z živnostenského rejstříku. (Nahrazuje dřívější vydávání živnostenského listu.) (“Živnost volná pro fyzické osoby s bydlištěm na území ČR”, 2017)

2. 6. Malé a střední podnikání a jeho význam

Malé a střední podnikání se člení podle organizace, která jej posuzuje. Evropská komise rozlišuje tyto subjekty podle údajů uvedených v následující tabulce. (Srpová & Řehoř et. al.; 2010)

Tabulka č. 1 - Členění podniků podle doporučení Evropské komise

Podnik	Počet zaměstnanců	Roční obrat (mil. EUR)	Aktiva (mil. EUR)
Mikropodnik	<10	2	2
Malý podnik	<50	10	10
Střední podnik	<250	50	43

Zdroj: Vlastní zpracování

Český statistický úřad člení podniky jen podle počtu zaměstnaných osob na mikropodniky (1-9), malé podniky (10-99) a střední podniky (100-249). V roce 2016 vykonávalo v ČR podnikatelskou činnost 1 144 417 osob, z toho 881 509 bylo fyzických osob a 262 908 právnických. Podíl malých a středních podniků na celkovém počtu aktivních podnikatelských subjektů v ČR v roce 2016 byl 99,8 %. To svědčí o významu takového podnikání. ("Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2016", 2017)

Mezi výhody malého a středního podniku je možné zařadit větší pružnost, jednodušší řídicí struktura, vyplňování okrajových oblastí trhu a aktivní účast na inovačním procesu. Toto podnikání podporuje rozvoj slabších regionů, měst a obcí a vytváří nové pracovní příležitosti. Nevýhodou podnikání malého a středního podniku je ztížená kapitálová dostupnost, problémy při zapojování se do náročnějších projektů, obtížnější situace pro pronikání na cizí trhy a to zejména s ohledem na potřebnou znalost legislativních, daňových a dalších předpisů. S nižším tržním podílem souvisí i nižší rentabilita. (Synek & Kislíngerová et. al.; 2015)

3. Podnikatelský plán a jeho součásti

3. 1. Obecné zásady a účel podnikatelského plánu

Podnikatelský plán slouží jak k interním, tak i externím účelům. Uvnitř firmy se užívá jako plánovací nástroj, pro rozhodování nebo kontrolu. Tvoří se jednak při zakládání podnikání, tak i před významnou změnou, která může nést dlouhodobější následky.

Externí subjekty využívají předložený podnikatelský plán pro analýzu podniku a jeho schopnosti realizovat investiční program. Kvalitní podnikatelský plán přispívá k získání kapitálu od investorů.

Při vypracování podnikatelského záměru se doporučuje ctít obecné zásady. Podnikatelský plán má být:

- srozumitelný – jednoduše formulovat myšlenky, pro přehlednost sestavovat tabulky, doložit plán čísly;
- logický – jednotlivé myšlenky obsažené v plánu by měly navazovat a neodporovat si;
- přiměřeně stručný – obsahovat důležité informace, ale ne na úkor podstatných faktů
- pravdivý a realistický ;
- s vnímáním rizika – podnikatelský plán sice je plán o budoucnosti, ale kritické řešení budoucího vývoje zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského záměru. (Veber & Srpová et. al., 2012)

3. 2. Součásti podnikatelského plánu

Součásti a struktura podnikatelského plánu vykazuje obdobné atributy, a to i přesto, že jeho obsah je vždy individuální podle požadavků konkrétní firmy.

Strukturu podnikatelského plánu tvoří:

- titulní strana;
- exekutivní souhrn;
- analýza trhu;
- popis podniku;
- výrobní plán;
- marketingový plán;
- finanční plán;
- organizační plán;
- hodnocení rizik a přílohy. (Koráb & Peterka & Režňáková, 2007)

3. 2. 1. Titulní strana

Na titulní stranu se uvádí obchodní název a logo firmy, pokud existuje, název podnikatelského plánu, jméno autora a klíčové údaje jako datum založení nebo zakladatele. Pokud se zpracovává podnikatelský plán pro interní účely, je možná i klauzule o zákazu šíření částí dokumentu bez souhlasu autora. (Srpková & Svobodová & Skopal & Orlík, 2011)

3. 2. 2. Exekutivní souhrn

Exekutivní souhrn má za úkol podnítit zájem potencionálních investorů a jde o extrakt podstatných aspektů podnikatelského plánu. Uvádí se hlavní myšlenky podnikatelského plánu, očekávání a výhledy i v oblasti financí. Má uvést argumenty, proč bude záměr úspěšně realizován, jaké jsou silné stránky podniku a v čem se spatřuje atraktivita produktů. Obvykle se zpracovává až po sestavení celého podnikatelského plánu. (Koráb & Peterka & Režňáková, 2007)

Pro potřeby této práce bude exekutivní souhrn doplněn vypracovaným plátnem Business modelu Canvas.

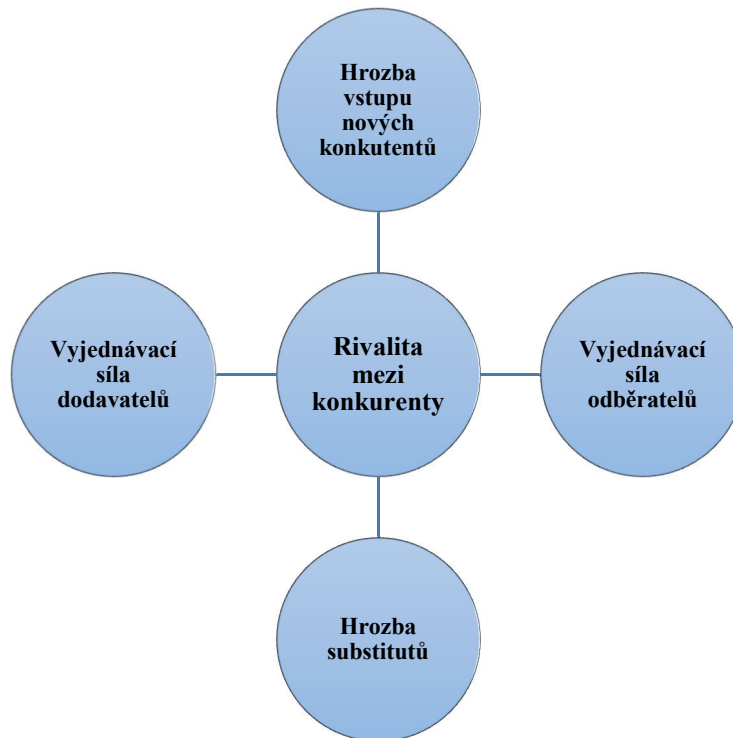
3. 2. 3. Analýza trhu

Podnik musí mít přehled nejen o faktorech mimo podnik, jako politická situace, legislativní podmínky, ale i vnitřních faktorech – silných a slabých stránkách. Důležité je i analyzovat konkurenční prostředí a analýza zákazníků, to umožňují jednotlivé analýzy trhu. (Koráb & Peterka & Režňáková, 2007)

PEST analýza zkoumá vnější faktory působící na podnik. Tyto faktory podnik nemůže příliš ovlivnit. Skládá se z politicko-právních faktorů, které firma uskutečňuje svou činnost v systému, kde působí politické strany a politické situace v dané zemi a okolí. Ekonomické faktory vycházejí z ekonomické situace země, patří sem vývoj HDP, míra nezaměstnanosti, inflace, fáze hospodářského cyklu, výše úrokových sazeb a další. Sociálně kulturní faktory jsou dány společností, její strukturou, demografií, sociální skladbou obyvatelstva, zvyky. Technicko-technologické faktory představují inovační potenciál a tempo technologických změn. (Srpková & Řehoř et. al.; 2010)

Porterův model pěti sil zkoumá vnitřní prostředí v daném odvětví. Podnik musí rozpoznat síly na něj působící, vyrovnat se s nimi a reagovat na ně, aby dosáhl úspěchu. (Srpková & Řehoř et. al.; 2010)

Obrázek č. 3 – Porterův model pěti sil



Zdroj: Vlastní zpracování podle informací Srpová & Řehoř et. al.; 2010

SWOT analýza zkoumá jak vnější, tak i vnitřní faktory působící na podnik. Zkoumá silné stránky a slabé stránky podniku, příležitosti a hrozby v okolí firmy. (Srpová & Řehoř et. al.; 2010)

Obrázek č. 4 – SWOT analýza



Zdroj: Vlastní zpracování podle informací Srpová & Řehoř et. al.; 2010

3. 2. 4. Popis podniku

Uvádí se popis firmy a údaje o její **dosavadní existenci**, včetně úspěchů firmy v minulosti, nebo komentáře dosavadního vývoje. Uvedené informace by ale měly být podloženy fakty. Potencionální investory bude zajímat i například výměna vedení, reorganizace produktů nebo změny právní formy. Pro věrohodnější obraz o podniku je vhodné přiložit rozvahu, výsledovku, přehled o cashflow, nebo ukazatele finanční analýzy.

Je potřeba definovat **cíle, vize podniku a jeho strategie**. Vize určuje, čím chce firma být. Cíle podniku by měly uplatňovat princip SMART – být specifické, měřitelné, akceptovatelné, realistické a termínované. Strategie určuje způsob, jak se dosáhne stanovených cílů. (Veber & Srpová et. al., 2012)

Klíčovými prvky popisu podniku jsou:

- výrobky nebo služby;
- lokalita a velikost podniku;
- organizační struktura podniku;
- technické vybavení a znalostní vybavení podnikatele. (Koráb & Peterka & Režňáková, 2007)

3. 2. 5. Výrobní plán

V rámci výrobního plánu se zachycuje výrobní proces, postupy a význam provozních činností. Uvádí se informace o strojích, zařízení, o výrobní kapacitě, materiálu nebo umístění výroby. Při rozpracování popisu výrobních metod a technologií je potřeba zvážit, nakolik zajít do hloubky problému, protože čtenář nemusí oplývat takto odbornými znalostmi. Je žádoucí objasnit i vztahy s dodavateli, uzavřené smlouvy a dostupnost klíčových surovin. (Veber & Srpová et. al., 2012)

3. 2. 6. Marketingový plán

Marketingový plán se zabývá tím, jak lze získat zákazníky, za jakou cenu a jakou formou propagace. Odhaduje objem produkce nebo služeb, od kterého se odvíjí i rentabilita a je velmi důležitý pro zajištění úspěchu podniku. (Koráb & Peterka & Režňáková, 2007)

V rámci marketingového plánu se podnik rozhoduje o výběru cílového trhu, o určení tržní pozice produktu a o marketingovém mixu.

Marketingový mix, takzvaně 4P se skládá z:

- Produkt – uspokojuje potřeby zákazníků
- Cena – peněžní vyjádření hodnoty a cenová politika rozhoduje o úspěchu firmy
- Distribuce – organizace prodeje pro přesun produktu od výrobce ke spotřebiteli
- Propagace – nezahrnuje pouze reklamu, ale i podporu prodeje, osobní prodej a přímý marketing nebo vztahy s veřejností. (Srpková & Svobodová & Skopal & Orlík, 2011)

3. 2. 7. Finanční plán

Finanční plán přetvoří předchozí části do finanční podoby. Obsahuje plánovaný výkaz zisku a ztrát, rozvahu a plán peněžních toků (cashflow), vede-li podnikatel účetnictví. Výkazy se doplní komentářem. Minimální doba plánovacího období je do doby vykázání zisku, respektive kladného vývoje peněžních toků. Pokud se zvažuje investice, provede se hodnocení efektivnosti investic. V rámci finančního plánu lze užít poměrové finanční ukazatele – rentability, likvidity, aktivity a zadluženosti. (Veber & Srpková et. al., 2012)

Sestavení finančního plánu je závislé od konkrétní podnikatelské činnosti. Osoby vedoucí daňovou evidenci sestavují přehled o majetku a závazcích a o příjmech a výdajích a další pomocné dokumenty. (Dušek & Sedláček, 2017)

Financování podnikatelského záměru je možné

- **z vlastních zdrojů** – zisk, vklady společníků, odpisy majetku;
- **z cizích zdrojů** – úvěry, leasing, faktoring a forfaiting, dluhopisy, tiché společenství a rizikový kapitál;
- **z krátkodobých a dlouhodobých zdrojů** – je žádoucí sladit životnost majetku a zdrojů jeho financování (dlouhodobý majetek financovat z dlouhodobých zdrojů). (Veber & Srpková et. al., 2012)

V rámci finančního plánu se analyzuje bod zvratu. V rámci něj se setkáme s pojmy náklady a výnosy. Náklady jsou vyjádřením hodnoty spotřeby majetku podniku, které podnik účelně vynaložil pro získání výnosů. Člení se na **variabilní a fixní**. Variabilní náklady se mění v závislosti na objemu výroby. Fixní náklady jsou z hlediska krátkého období nezávislé na objemu výroby, v dlouhodobém časovém období se mohou měnit skokem. Fixní náklady na jednotku klesají s růstem objemu produkce. Výnosy vyjadřují výsledky činnosti podniku. Ty charakterizují výkony – tržby, změna stavu vnitropodnikových zásob a aktivace vnitropodnikových výnosů.

Bod zvratu (Break Even Point - BEP) je takový bod, kdy se rovnají tržby a celkové náklady. (Pro zohlednění požadovaného zisku lze základní vztah rovnosti tržeb a celkových nákladů modifikovat přičtením požadovaného zisku na stranu nákladů.)

Tržby (T) se získají vynásobením prodejní ceny (P) objemem prodeje (Q).

$$T = P \cdot Q \quad (1)$$

Celkové náklady (N) tvoří fixní náklad (FN) a jednotkové variabilní náklady (VaN) vynásobené množstvím produkce (Q).

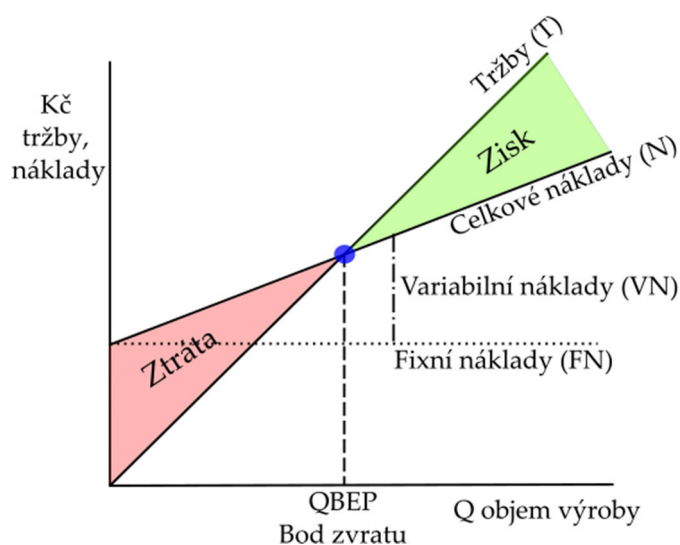
$$N = FN + VaN \cdot Q \quad (2)$$

Vynásobení jednotkových variabilních nákladů objemem produkce udává variabilní náklady (VN). Bod zvratu je podíl fixních nákladů (FN) ku prodejní ceně (P) poníženo o jednotkové variabilní náklady (VaN).

$$QBEP = \frac{FN}{P - VaN} \quad (3)$$

(Koráb & Peterka & Režňáková, 2007)

Obrázek č. 5 - Grafické znázornění bodu zvratu



Zdroj: Vlastní grafické zpracování

Často uváděné členění nákladů je ovšem i na **přímé a nepřímé**. Přímé náklady se přiřazují přímo příslušným výkonům a jsou poměrně dobře vysledovatelné a nepřímé náklady se rozvrhují na příslušné výkony pomocí různých metod. Základním nástrojem pro přiřazení nákladů je **kalkulace**. Obecně jde o propočtení finanční veličiny (nákladů, přínosu, zisku apod.) na výrobek, práci, podnikovou službu, operaci a podobně na podnikovou akci či jinak naturálně vyjádřený výkon. Předmětem kalkulace jsou výkony, které podnik vyrábí a provádí.

Kalkulace se sestavuje na kalkulační jednici, čímž se rozumí přesně vymezený výkon, na který se stanovují náklady. (Např. textilní továrna bude za kalkulační jednici považovat jednu prošívanou deku.) Nepřímé náklady se na kalkulační jednici přiřazují pomocí rozvrhové základny. Pro přiřazování nepřímých nákladů se využívá zejména metoda prostého dělení, dělení s poměrovými čísly, nebo přírážková metoda kalkulace. Metoda prostého dělení je jednou z nejjednodušších, kdy se celkové nepřímé náklady dělí počtem kalkulačních jednic. Společně s přímými jednotkovými náklady pak lze získat jednotkové náklady výkonu.

Kalkulační vzorec uvádí strukturu, ve které se zjišťují náklady výkonů. Typový kalkulační vzorec má některá omezení a je žádoucí, aby si každý podnikatelský subjekt vzorec upravil podle svých potřeb. Skládá se z přímého materiálu a mezd, z ostatních přímých nákladů a výrobní režie, kdy jejich součet dá vlastní náklady výroby. Po přičtení správní režie vyjdou vlastní náklady výkonu, následují odbytové náklady, které dají úplné vlastní náklady výkonu. Poslední položkou je zisk a jeho připočtením se získá cena výkonu. (Král, 1997)

3. 2. 8. Organizační plán

Organizační plán udává organizační strukturu podniku, která uvádí nadřazenost a podřazenost pracovníků. Tento plán řeší znalosti a dovednosti klíčových zaměstnanců a tok informací mezi pracovníky podniku. (Koráb & Peterka & Režňáková, 2007)

3. 2. 9. Hodnocení rizik

Riziko v rámci podnikatelského plánu se chápe jako odchylka od stanoveného cíle. Má nepříznivé dopady na firmu. Hodnocení rizik nastíní pravděpodobnost rizikových situací. Napomůže s přípravou opatření, která by se musela realizovat, pokud by riziková situace nastala. Pro snížení rizika se často využívá diverzifikace, což v ohledu k podnikatelskému plánu znamená rozšiřování sortimentu a produktů, čímž se vykompenzují výkyvy poptávky po jiných produktech. Snížit riziko lze i rozdělením mezi více subjektů nebo přenesením – transferem na jiné subjekty. (Srpková & Svobodová & Skopal & Orlík, 2011)

3. 2. 10. Přílohy

V přílohách se uvádí výpisy z obchodního rejstříku, životopisy klíčových pracovníků nebo fotografie. Dále se uvádí výsledky průzkumů trhů, propagačních akcí, technologická schémata výroby, účetní výkazy, nebo výsledky analýzy citlivosti projektu. (Fotr & Souček, 2005)

Podnikatel sestavuje podnikatelský plán podle svých potřeb. Jiným z přístupů může být i Business model Canvas.

3. 3. Business model Canvas

Koncepce podnikatelského plánu by měla být jednoduchá, relevantní a intuitivně srozumitelná, ale neměla by se příliš zjednodušovat. Je nutné nalézt takový plán, kterému každý porozumí. To nabízí Business model Canvas.

Tento model rozlišuje čtyři hlavní oblasti firmy, kterými jsou zákazníci, nabídka, infrastruktura a finance. V rámci těchto oblastí se vyskytuje celkem 9 prvků.

V rámci **zákaznických segmentů** podnik bez zákazníka nemůže dlouhodobě existovat. Je ovšem nutné určit skupinu osob nebo subjektů, na které se chce podnik zaměřit a které bude ignorovat. Typy zákaznických segmentů jsou různé. Může jít o masový trh, kde se nabídky zaměřují na jednu velkou skupinu zákazníků s podobnými potřebami. Nízkový trh jsou naopak specializované segmenty, které jsou navázané na specifické požadavky trhu. V rámci typu segmentace se nachází více segmentů s odlišnými potřebami. Při diverzifikaci se podnik zaměřuje na dva segmenty s velmi odlišnými potřebami. Pokud se firma zaměřuje na dva či více provázaných segmentů, jedná se o vícestranné trhy.

Hodnotová nabídka se skládá ze spojení výrobků a služeb nabízené konkrétnímu zákaznickému segmentu. Tato nabídka řeší určitý problém, uspokojuje potřebu a tím vytváří hodnotu pro zákazníka.

Prvky, které přispívají k tvorbě hodnoty jsou novost, výkon a přizpůsobení, zvládnutí úkolů, design, značka, cena, snižování nákladů a rizika, dostupnost a pohodlnost.

Kanály popisují, jak podnik komunikuje se segmenty a jaké jsou způsoby předání hodnotové nabídky. Podnik může využít vlastní kanály ať už přímým umístěním nabídky na webu, využitím prodejců, nebo nepřímo v maloobchodní prodejně. Druhou možností jsou partnerské kanály, kde se může navíc jednat o velkoobchodní distribuci. Vlastní kanály jsou nákladnější, partnerské kanály zas přinášejí nižší marži. Cílem je nalézt takový mix kanálů, které vedou nejen ke spokojenosti zákazníků, ale i maximalizaci příjmů.

Vztahy se zákazníky určují, jaké typy vztahů podnik má vůči zákaznickým segmentům. Vztahy mohou být od osobních, kdy zákazník komunikuje se zástupcem firmy, po plně automatizované. Forma vztahů výrazně ovlivňuje spokojenost zákazníků a náklady firmy. (Osterwalder & Pigneur, 2015)

Zdroje příjmů plynou z prodeje aktiv, poplatků za užití určité služby, z předplatného, které umožňuje stálý přístup k určité službě, z pronájmu nebo poskytování licencí. Je ovšem potřeba

správně stanovit cenu a to ať už na základě fixní cenotvorby – například ceníků a ceně závislé na produktu, objemu a zákaznickém segmentu, nebo dynamické cenotvorby, například ve formě vyjednávání nebo aukce. Příjmy mohou být jednorázové, nebo opakující se z průběžných plateb. Je potřeba si položit otázky, jakou hodnotu jsou zákazníci opravdu ochotni zaplatit a jakým způsobem.

Klíčové zdroje popisují nejdůležitější aktiva k tomu, aby business model fungoval. Klíčové zdroje se různí podle předmětu činnosti každé firmy. Klíčové zdroje mohou mít různou povahu. Fyzické zdroje tvoří například budovy, vozidla, stroje a duševní zdroje značky, patenty, autorská práva, databáze zákazníků. Velký význam se přikládá i lidským a finančním zdrojům. Firma může zdroje vlastnit, nebo si je pronajímat.

Klíčové činnosti představují nejdůležitější aktivity, které firma musí vykonávat, aby podnikatelský model fungoval. Klíčovou činností tak může být výroba včetně navrhování a poskytování značného množství a vysoké kvality, a to zejména u výrobních firem. Společnosti poskytující služby mají za klíčovou činnost řešení problémů. Klíčovou činností může být i platforma, která působí jako prostředník (např. Ebay).

Klíčová partnerství zas popisují síť dodavatelů a partnerů potřebných k tomu, aby model fungoval. Partnerství může fungovat mezi vzájemně si nekonkurujícími si firmami, mezi konkurenty, mezi společnými podniky s cílem vytvořit nové projekty nebo mezi kupujícím a dodavatelem pro zajištění spolehlivých dodávek. Motivací k tomu může být optimalizace a úspory z rozsahu, snížení rizika nebo získání určitých zdrojů a činností.

Struktura nákladů zahrnuje všechny náklady související s daným business modelem. Je přirozené minimalizovat náklady, a proto se rozlišují dva typy struktur nákladů – model motivovaný náklady a model motivovaný hodnotou. Model motivovaný náklady se snaží minimalizovat náklady všude, kde to přichází v úvahu. Zavádí se tak automatizace a outsourcing. Model motivovaný hodnotou je založen na prémiových hodnotových nabídkách a vysoké míře personalizovaných služeb. (Osterwalder & Pigneur, 2015)

3. 4. Přístupy k růstu a trendy

Podnikatelský plán mohou sestavovat i stávající podniky. Růst podniku je důležitý, protože se vytváří hodnota, ze které zainteresované subjekty profitují. Často ale pokus o růst způsobí ukončení činnosti. Usilovat o nesprávný růst může být horší, než se o růst nesnažit.

Za úpadek se často obviňují manažeři. Studie ale prokazují, že společnosti nejsou schopné po více než několik let udržet růstovou trajektorii. Proč je růst obtížný, vysvětluje akceptovaný

důvod a sice – že podnikání je z určité míry nepředvídatelné. Doporučení „úspěšných firem“ nemusí odpovídat okolnosti dané firmy a jejich implementace může být neúspěšná. Základem růstu je tedy vytváření správných teorií, vědět a **pochopit, co a proč se děje**.

Podnik může využít inovace:

- Udržovací
- Narušovací

V rámci udržovací inovace se podnik zaměřuje na růst. Zejména u malých zaměřených podniků to vede k rychlejšímu vývoji nových produktů. Hbitější nabídka na trhu vede k atraktivnímu finančnímu návratu. Narušování inovace spočívá v tom, že společnost se nesnaží o růst, ale konstatuje, že konkurence nedodává dostatečně dobré produkty. Vyvíjí snahu k tomu, aby poskytovala jednodušší, lepší a cenově příznivější produkty a tím se více přiblížila zákazníkovi. Většina firem se snaží být jedničkou na trhu, ale už nejsou motivovaní k vytváření obrany proti low-endovým trhům, které právě narušování podniky pokládají za atraktivní. (Christensen & Raynor, 2003)

Z pohledu získávání pracovních sil je důležité, aby si firma určila, jaké schopnosti mají ovládat a jestli a jak pracovní síly získají. Pokud se rozliší dovednosti na rutinní a nerutinní a nastaví se podle toho i přijímání zaměstnanců, pak to může zlepšit produktivitu a vést k rozšíření činnosti. Inovace by ale měly brát ohled na životní prostředí a klimatické změny.

Trendy v inovační ekonomice jsou:

- přesnost výroby (využívání nanotechnologií, nových vláken, 3D tvarů);
- robotika a přizpůsobivá automatizace;
- logistické řízení za pomoci moderních technologií (RFID, databáze, internet);
- ekologická udržitelnost výroby. (Locke & Wellhausen, 2014)

3. 5. Možnosti růstu a inovační metody

Růst může být založen na zlepšování produktů a procesů. Vše, co člověk vytvoří, je nedokonalé a hodné zlepšování. Je potřeba si ale uvědomit, že to samé dělají i naši konkurenti.

Růst založený na štíhlém konceptu vychází ze zdokonalování procesů tak, že se zrychlí reakce na požadavek zákazníka, tudíž se i rychleji vydělávají peníze a štíhlý podnik organizovaně bojuje proti plýtvání ve všech oblastech firmy.

Růst založený na rozšíření prodeje vychází ze stále lepší a jemnější segmentace trhu. Pokud podnik lépe zacílí své produkty na trhu a nabídne inovované výrobky zákazníkům,

mohou získat konkurenční výhodu. Ovšem na dnešních vyspělých trzích jsou odvětví přeplněná konkurencí a tím vykazuje takový růst omezení.

Podnik může růst založit i na propojení s velkým partnerem. Akvizice přináší nové know-how a technologie, doplní řady produktů, díky ní se dá získat nový trh a distribuční kanály. Může tak ale vzniknout ale velká organizace, která v konečném důsledku bude vykazovat vyšší náklady kvůli složitosti procesů. Růst založený na inovacích spočívá v obsazení existujících trhů, ba dokonce obsazení úplně nového trhu. Vyvolá se tak nová vlna poptávky po produktech firmy.

Je celá řada metod a postupů pro určení inovací. V první řadě je potřeba definovat problém, získat informace o zákaznických potřebách, analyzovat příčiny problému a kritické procesy, hledat jeho řešení a v konečném důsledku realizovat dané řešení po testování a experimentech.

Metody se dělí na:

- **intuitivní** – brainstorming (intuitivní metoda pro generování nápadů a řešení ve skupině lidí a řízení moderátorem), 6 klobouků (každý z klobouků pod určitou barvou představuje určité prvky – například fakta, emoce, přístupy apod.), myšlenková mapa (grafické uspořádání klíčových slov a jejich vztahů), synektika (spojování odlišného dohromady);
- **systematické** – WOIS (Inovační strategie založená na protirečení), TOR (Teorie omezení), TRIZ a další, jedná se o komplexní metody vhodné pro složitější řešení problémů. (Košturiak & Chal, 2008)

Metodika

Cílem této práce je zmapovat činnosti související se založením podniku a pro vybraný podnikatelský záměr zpracovat podnikatelský plán a nastítnit možnosti rozšíření podnikatelské činnosti včetně dopadů do ekonomických výsledků.

Praktická část obsahuje podnikatelský plán – popis subjektu, tržní analýzu a analýzu hrozeb, výrobní, marketingový plán a finanční plán. Podnikatelem je fyzická osoba podnikající podle živnostenského zákona, která se věnuje specifickému oboru – drátenictví. Podniká při studiu, a proto je její činnost omezena. Popisovaný podnikatel je zároveň autorem této práce. Má zájem rozšířit svou dosavadní činnost rozšířením výroby a zavedení nových výrobků a také uspořádání dvou drátenických kroužků a dalších dílčích úprav. Podkladem pro zpracování praktické části jsou doklady, daňová evidence a výpis ze skladové evidence podnikatele.

Tržní analýza obsahuje PEST analýzu a Porterův model s výběrem těch nejdůležitějších prvků a následuje SWOT analýza. Silné stránky, slabé stránky, příležitosti a ohrožení se hodnotí přiřazením bodů od jedné do pěti, kdy pět značí největší důležitost. Ve výrobním plánu se nachází popis procesu výroby a drátenictví a vyjádření kalkulace na jednotlivé produkty.

Kalkulace je základním nástrojem pro přiřazení nákladů. Předmětem kalkulace jsou výkony, které podnik vyrábí a provádí. Kalkulace se sestavuje na kalkulační jednici, čímž se rozumí přesně vymezený výkon, na který se stanovují náklady. Nepřímé náklady se na kalkulační jednici přiřazují pomocí rozvrhové základny. Kalkulační vzorec uvádí strukturu, ve které se zjišťují náklady výkonů. (Král, 1997)

Kalkulační vzorec podnikatele se skládá ze spotřeby materiálu, přímé práce a ostatních přímých nákladů, které v součtu dají celkové přímé náklady. Při přičtení nepřímých nákladů se získají úplné vlastní náklady výkonu. Za rozvrhovou základnu je stanoven počet hodin.

Sestavená kalkulace dává přehled o nákladech, které se užijí pro aplikaci bodu zvratu. U výrobků přímé náklady vykazují variabilní charakter a nepřímé náklady charakter fixní, u kurzů se s vyjádřením variabilních a fixních nákladů postupuje zvlášť.

Bod zvratu je takový bod, kdy se rovnají tržby a celkové náklady. (Pro zohlednění požadovaného zisku lze základní vztah rovnosti tržeb a celkových nákladů modifikovat přičtením požadovaného zisku na stranu nákladů.)

Tržby (T) se získají vynásobením prodejní ceny (P) objemem prodeje (Q).

$$T = P \cdot Q \quad (1)$$

Celkové náklady (N) tvoří fixní náklad (FN) a jednotkové variabilní náklady (VaN) vynásobené množstvím produkce (Q).

$$N = FN + VaN \cdot Q \quad (2)$$

Vynásobení jednotkových variabilních nákladů objemem produkce udává variabilní náklady (VN). Bod zvratu je podíl fixních nákladů (FN) ku prodejní ceně (P) ponížené o jednotkové variabilní náklady (VaN).

$$QBEP = \frac{FN}{P - VaN} \quad (3)$$

(Koráb & Peterka & Režňáková, 2007)

Podnikatel ve své práci přejal značení jednotlivých prvků v rámci bodu zvratu plně u výrobků podle autorů Koráb, Peterka a Režňáková a u kurzů s dolním indexem 2.

Tabulka č. 2 – Použité zkratky

Zkratka	Název	Jednotka
FN	fixní náklady kategorie	(Kč)
P	prodejní cena	(Kč)
VaN	jednotkový variabilní náklad	(Kč)
QBEP	bod zvratu	(ks)
Q	plánované množství	(ks)
N	celkové oč. náklady	(Kč)
T	očekávané tržby	(Kč)
Zisk výroby	očekávaný zisk z výroby v roce 2017	(Kč)
FN ₂	fixní náklady kroužku	(Kč)
P ₂	kurzovné na osobu	(Kč)
VaN ₂	jednotkový variabilní náklad na účastníka kroužku	(Kč)
QBEP ₂	bod zvratu	(počet účastníků)
Q ₂	maximální počet účastníků	(počet účastníků)
N ₂	celkové oč. náklady kroužku	(Kč)
T ₂	očekávané tržby v podobě kurzovného	(Kč)
Zisk kroužků	očekávaný zisk z kroužků v roce 2017	(Kč)

Zdroj: Vlastní zpracování

Marketingový plán popisuje zákazníky, důvody očekávání zvýšené poptávky, výrobky a kurzy a jejich koncept, způsob prodeje a propagace. Ve finančním plánu je uveden výpočet vlastní rentability jako rozdíl příjmů a výdajů podělený majetkem a pro vyjádření očekávaných příjmů jsou východiskem příjmy a výdaje dosažené v roce 2016. Ty pomocí rozkladu na jednotlivé části (např. příjmy z výrobků a kurzů) se upravují a přepočítávají na plánovaný rozsah pro rok 2017.

Celý podnikatelský plán srozumitelnou formou shrnuje plátno Business modelu Canvas, který tak zastává místo běžného exekutivního souhrnu. V analýze ekonomických výsledků se porovnávají plánované příjmy a výdaje pro rok 2017 se skutečností a určuje splnění cílů.

4. Charakteristika konkrétního podnikatelského záměru

V následující části se již nachází aplikace teorie ohledně podnikatelského plánu. Subjekt tohoto podnikatelského plánu je specifický. Pochopení problematiky a vhodné sestavení podnikatelského plánu podnikateli takzvaně „na míru“ je klíčem k jeho úspěchu.

4. 1. Podnikatelský plán subjektu

Popisovaným subjektem je fyzická osoba Michaela Šimonová, IČ 02626021 se sídlem v Táboře. Živnost byla zřízena 5. 2. 2014. Hlavním předmětem podnikání je lektorská činnost, výroba bižuterie a předmětů technikou drátování. Pro odstranění pochybností lze uvést, že autor této práce je zároveň i popisovaným podnikatelským subjektem. Na podnikatelský plán se vztahují autorská práva.

4. 2. Podrobný popis podnikatele

Živnostník nemá žádné zaměstnance a veškerou činnost řídí sám. Pořádá kurzy drátování pod názvem „Drátenické kroužky“ v pronajatých prostorách v Českých Budějovicích. Po dohodě poskytuje i individuální kurzy drátování. Zároveň vyrábí rozličné drátěné výrobky – od miniaturních šperků, přes věšáky, po prostorové košíky. Pro výrobu využívá zejména ruční nářadí. Své výrobky nabízí na internetu a okrajově na trzích. Je tvůrcem a webovým administrátorem stránek dratenkov.cz.

Za nejvýznamnější událost se považuje především přímá účast na výstavách. V roce 2016 se uskutečnila výstava s názvem Drátek a bavlnka v Jistebnici a vlastní článek se dostal i do místního zpravodaje. Krátce na to se dostalo pozvání na výstavu v Olbramovicích. Osobní událostí, která ovšem měla na podnikání vliv, byly v roce 2016 zdravotní potíže s vyústěním v operaci, tudíž uvědomění si hodnoty života následně vedlo k aktivnímu pořádání drátenických kroužků.

Cílem podnikatele je rozšířit podnikatelskou činnost v roce 2017 podle páté kapitoly – zejména zvýšit množství vyráběných výrobků, zavést nové výrobky a uspořádat dva drátenické kroužky.

V delším časovém horizontu pro rok 2018-2019 zvažovat kurzy v Táboře a dále se podílet na drátenické výrobě a zvyšování povědomí o drátenictví.

Vzhledem k tomu, že podnikatelskou činnost řídí živnostník sám, výraznou roli hraje i jeho osobnost. Aby se předešlo hodnocení sebe sama, aplikace testu osobnosti MBTI poskytuje přehled o charakteru. Ten nevylučuje vhodnost charakteru pro podnikatelskou činnost.

Podnikatel byl testem ohodnocen na typ **ENFJ – učitel**. Jde o přirozeného vůdce, který je tolerantní, společenský, ohleduplný, motivující. Má smysl pro pořádek a tradice, aniž by to ovlivnilo jeho lidskost. Odsuzuje neosobní analýzy a zastává myšlenku, že život má nějaký hlubší smysl. V populaci je tento typ zastoupen ve 3,5 % a z toho 2 % činí ženy. Detailní popis se nachází v příloze č. 11.

Podnikatel vede daňovou evidenci s uplatňováním skutečných výdajů. Využívá k tomu tabulkový procesor Excel a evidenci doplňuje klasickou evidencí v tištěné formě. Nevyužívá služeb externího daňového poradce, protože uplatňuje informace z dosavadního ekonomického studia. To dosud umožňuje uplatňovat v rámci daně z příjmů slevu na studenta a úlevy v oblasti odvádění pojistného. Údaje z daňové evidence uvádí tabulka č. 3.

Tabulka č. 3 - Přehled o příjmech, výdajích, majetku a závazcích (2014-2016)

Rok	Příjmy (Kč)	Výdaje (Kč)	Daň. Základ (Kč)	Peníze v pokladně (Kč)	Peníze na účtu (Kč)	Neuhr. pohl. a závazky (Kč)	Dlouh. Majetek (Kč)	Zásoby (Kč)	Majetek (Kč)
2014	1305	2705	-1400	578	622	0	0	808	2008
2015	4760	2339	2421	1037	1400	0	0	1083	3520
2016	5227	1945	3282	880	4507	0	0	1524	6911

Zdroj: Vlastní zpracování

Vzhledem k tomu, že podnikatel vede daňovou evidenci a ne účetnictví, velká část ukazatelů finanční analýzy nejde smysluplně využít. Podnikatel si proto stanovil vlastní rentabilitu, která se počítá jako rozdíl příjmů a výdajů podělený majetkem.

$$\text{Rentabilita 2014} = ((1305-2705)/2008)*100 = -69,72 \%$$

$$\text{Rentabilita 2015} = ((4760-2339)/3520)*100 = 68,78 \%$$

$$\text{Rentabilita 2016} = ((5227-1945)/6911)*100 = 47,49 \%$$

Je zřejmé, že se rentabilita dostala z mínusových do plusových čísel a v roce 2016 došlo k zakolísání, což vysvětluje následující komentář.

V roce 2014 došlo k zahájení podnikání v průběhu roku a větší výdaje s tím související způsobily ztrátu. Podnikatel v průběhu tohoto roku vkládal výrobky na e-shop, hledal nové příležitosti a snažil se oslovit první zákazníky. V roce 2015 podnikatel dosáhl zisku vzhledem


k zájmu zákazníků o hodnotnější produkty jako drátovaný košík, věšák, náhrdelník s perletí a říčními perlami a podobně. Stále však hledal způsoby, jak se více přiblížit zákazníkovi, a tak se účastnil například vánočních trhů v Táboře. V roce 2016 podnikatel zvýšil zisk zejména vzhledem k prvnímu uspořádání drátenického kroužku. Tento rok ovšem byl omezen na výrobě a zejména prodeji kvůli podrobení se akutní operaci pod narkózou. I přes toto omezení je tento rok vzhledem k zohlednění výdajů za kroužek nejlépe vypovídající pro predikci budoucího vývoje.

Ve všech letech **podnikatel studoval a podnikání tak nepředstavovalo jeho hlavní činnost, ale zejména koníček**. Studium ho časově na podnikání omezuje. Daň z příjmů neplatil vzhledem k možnosti uplatnění slev v daňovém přiznání. Podnikatel eviduje pouze oběžný majetek. Nárůst zásob je způsoben ztíženým získáváním některých druhů materiálů růstem cen, nutnosti nákupu po baleních a vzhledem k individuální materiálové potřebě každého výrobku.

4. 3. Exekutivní souhrn

Jak již bylo předesláno, v rámci exekutivního souhrnu se využije plátno Business modelu Canvas. Shrnuje srozumitelným způsobem níže podrobně popsany výrobní, marketingový a finanční plán a skládá se z devíti prvků, jak je uvedeno na další stránce.

Obrázek č. 6 - Business model Canvas

Klíčová partnerství	Klíčové činnosti	Hodnotové nabídky	Vztahy se zákazníky	Zákaznické segmenty
<ul style="list-style-type: none"> • dodavatelé drátů a korálků • organizace poskytující prostory 	<ul style="list-style-type: none"> • drátování • pořádání kurzů • vkládání na web • propagace • zvyš. povědomí o drátování 	<ul style="list-style-type: none"> • drátované šperky, misky, věšáky, dekorace... (prům. cena 262,67 Kč) • 2 kurzy drátování v Č. Budějovicích (499 Kč/osoba, 1 kurz 8 hodin a max. 9 účastníků) 	<ul style="list-style-type: none"> • pro výrobky: samoobsluha na webu • pro kurzy: osobní asistence a přátelství 	<ul style="list-style-type: none"> • pro výrobky: masový trh - občan České republiky s cílem zakoupení kreativního výrobku • pro kurzy: nikový trh - Jihočeští zájemci o drátování
	Klíčové zdroje		Kanály	
	<ul style="list-style-type: none"> • lidský zdroj • kreativita • zkušenosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Fler.cz • Simira.cz • dratenkov.cz • letáky a propagace • reference účastníků 		
Struktura nákladů			Zdroje příjmů	
<ul style="list-style-type: none"> • oč. výdaje kurzů 2042 Kč • oč. výdaje za materiál 830 Kč • oč. ostatní výdaje 2 136 Kč • celkem 5 008 Kč 			<ul style="list-style-type: none"> • oč. kurzovné při 18 osobách 8982 Kč • oč. prodej 28 výrobků 7 355 Kč • celkem 16 337 Kč 	

Zdroj: Vlastní zpracování

4. 4. Tržní analýza a hodnocení hrozeb

4. 4. 1. PEST analýza

Není v kompetenci podnikatele, aby určil veškeré existující vlivy působící na podnikatelské prostředí. Byly vybrány nejdůležitější vnější vlivy, které ho mohou do značné míry ovlivnit. Z politických vlivů vyčlenil: nejistota při zavedení EET, získání akreditace na kurzy, z ekonomických: zvyšující se pojistné a ze sociálně-technologických: malé povědomí zákazníků a možnost oslovení nových i prostřednictvím účasti na nových akcích a výstavách a vytvoření vzdělávacích materiálů, vzhledem k jejich nedostatku. Komentář k nim je uveden v části SWOT analýzy, která tyto vnější vlivy přejala jako příležitosti a hrozby.

4. 4. 2. SWOT analýza

Při aplikaci SWOT analýzy se vyskytly položky uvedené v následující tabulce. Ke každé položce je uveden komentář a hodnocení její důležitosti.

Tabulka č. 4 – Aplikace SWOT analýzy

Silné stránky	Slabé stránky
1. Nevšední specializovaná činnost	6. Vyšší výdaje kvůli zakázkové výrobě
2. Hluboký drátěný sortiment	7. Omezená nabídka dopravného
3. Tvorba na přání zákazníka	8. Podnikatel jako jediný pracovník
4. Osobní zájem a vztah k řemeslu	9. Malé zdroje pro zřízení vlastní dílny
5. Věrní zákazníci	10. Omezená možnost cestování
Příležitosti	Hrozby
11. Účast na více akcích a výstavách	15. Nejistota v zavedení EET
12. Oslovení nových zákazníků	16. Malé povědomí zákazníků
13. Vytvoření vzdělávacích materiálů	17. Zvyšující se pojistné
14. Získání akreditace na kurzy	

Zdroj: Vlastní zpracování

Jednotlivým položkám SWOT analýzy je přiřazeno hodnocení důležitosti, které je v rozsahu 1- 5. Položka s hodnocením 1 je nejméně významná, položka 5 velmi důležitá. Váha je podílem hodnocení položky a součtu hodnocení v dané kategorii.

Tabulka č. 5 – Hodnocení SWOT analýzy

SWOT kategorie	Položka	Hodnocení	Součet hodnocení	Váha	Kontrolní součet vah
Silné stránky	1.	4	20	0,200	1
	2.	4		0,200	
	3.	3		0,150	
	4.	5		0,250	
	5.	4		0,200	
Slabé stránky	6.	4	14	0,286	1
	7.	2		0,143	
	8.	3		0,214	
	9.	2		0,143	
	10.	3		0,214	
Příležitosti	11.	3	12	0,250	1
	12.	5		0,417	
	13.	2		0,167	
	14.	2		0,167	
Ohrožení	15.	4	7	0,571	1
	16.	2		0,286	
	17.	1		0,143	

Zdroj: Vlastní zpracování

Nevšední specializovanou činnost v rámci tohoto řemesla dokazují i čísla registrovaných členů (vč. čestných) v Cechu česko-moravských uměleckých dráteníků, kterých k srpnu 2016 bylo pouze 57. Někteří dráteníci zde nejsou registrováni, takže reálné číslo bude o něco větší, ale nelze očekávat počet v řádu tisíců osob. (“Seznam registrovaných členů cechu”, 2016)

Hluboký drátěný sortiment dokazuje více než 50 aktuálně nabízených druhů zboží podnikatelem (viz fler.cz/misulka-x). Zákazníci mohou požádat o výrobu **na přání**, stejně jako o výměnu náušnicových háčků pro alergiky. Díky individuálnímu přístupu se **zákazníci** rádi vrací. Individuální přístup napomáhá harmonickým vztahům s kupujícími a zejména s účastníky kurzu. Podnikatele více vnímají jako parťáka pro kreativní činnost, než jako osobu samostatně výdělečně činnou. Podnikatel na kurzech zajišťuje veškerý materiál a potřebné pomůcky, a tak se účastníci mohou maximálně soustředit na samotnou výrobu. Lektorka vždy ukáže jakýkoliv krok a nezdráhá se ani ukázat postup vícekrát. Díky tomu i naprosto drátováním nedotknutá osoba odchází s úsměvem a výrobkem domů. S podnikatelem někteří dokonce sdílí i své drátenické počiny, které vyrobili ve svém volném čase a rádi se vrací.

Osobní zájem a vztah k řemeslu byl hlavním motivem pro založení živnosti a její vedení. Je tedy klíčovým „hnacím pohonem“ dané činnosti.

Se zakázkovou výrobou jsou však spojeny **větší výdaje**, vzhledem k tomu, že vyvinutý a vytvořený výrobek se málokdy opakuje. Nelze ani uplatnit úspory z rozsahu. Lze podnikateli doporučit opakování žádaných vzorů.

Podnikatel nabízí pouze možnost zaslání přes Českou poštu. Existují i alternativní **dopravci** a doporučuje se s nimi navázat spolupráci pro větší spokojenost zákazníků.

Živnostník vykonává veškerou činnost **sám**. Působí to zahlcení vedlejšími činnostmi v rámci podnikání. Vyrábí, komunikuje se zákazníky, expeduje, vede daňovou evidenci apod. Doporučením je úvaha o využití zaměstnance.

Malé zdroje v rámci této činnosti omezují zřízení vlastní dobře vybavené dílny (činnost vykonává v místě trvalého bydliště) a **omezení v cestování** za obchodními partnery a zákazníky. Přitom jejich navýšení by umožnilo potencionálně efektivnější výrobu, větší počet obchodních kontraktů a příjmy.

Příležitostí je aktivně vyhledávat na internetu a v tisku výstavy a prodejní **akce**, které by přiblížily výrobky kupujícím. Důležité je **oslovit nové zákazníky** a to prostřednictvím zaujetí nového trhu zejména v oblasti pořádání kurzů. Dosud podnikatel působil pouze v Českých Budějovicích v rámci areálu a zaměstnanců Jihočeské Univerzity. Doporučuje se rozšířit na celý českobudějovický trh a úvaha o táborském.

Účastníci kurzů často projevují zájem o návody a **materiály** k drátenictví. Podnikatel vede tzv. Drátenickou videotéku, což je seznam odkazů drátenických videí a doporučuje se její expanze. O kvalitě kurzů by svědčila i jejich **akreditace**, jejíž podmínky upravuje Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Na druhou stranu akreditace znemožňuje operativně měnit obsah kurzu a je administrativně náročná. Vyžaduje dvojí vyhotovení žádosti o akreditaci včetně průvodního dopisu, úředně ověřené kopie oprávnění k pedagogické činnosti, CD a dalších dokumentů. Hradí se poplatek 1000 Kč za jednu akreditovanou činnost. K vyřízení žádosti tímto ministerstvem dojde do 90 dnů. Kvůli složitosti a nejistému přínosu podnikatel této příležitosti přikládá malý význam. (“Žádost o akreditaci”, 2018)

Zákon o evidenci tržeb vstoupil v účinnost v roce 2016. Subjekty – poplatníci daně z příjmů FO a PO, evidují tržby zejména jako hotovostní platby, pokud to zákon neupravuje jinak. (Zákon č. 112/2016 Sb.) (Tržby tak neevidují např. banky, pojišťovny, neeviduje se jízdné v dopravě ani z poštovních služeb a podobně. Autor práce si neodpustí řečnickou otázku pro povolání – nakolik je zákon spravedlivý?) Ústavní soud se v prosinci 2017 vyjádřil k návrhu na zrušení celého zákona nebo jeho některých ustanovení. Ústavní soud nezrušil zákon EET,

přesto měl výhrady k některým ustanovením a díky tomu je nejistá platnost 3. a 4. fáze, kam podnikatelova činnost spadá. (“Ústavní soud zákon o EET nezrušil, 3. a 4. vlna ale zatím nezačne”, 2017) Podnikatel se tedy pohybuje v nejistotě, nicméně předpokládá, že by zavedení EET přineslo značné výdaje (potřeba internetu, zařízení a software), které by z dlouhodobějšího hlediska převýšilo možnost uplatnit slevu v rámci daňového příznání.

Malé povědomí zákazníků souvisí jednak s malým povědomím o podnikateli, vzhledem k tomu, že podniká od roku 2014 a zejména s neznalostí drátenictví. O tom svědčí podnikatelovy rozhovory, při kterých se cizí lidé diví, že se ještě někdo drátování věnuje, ba dokonce ani někteří netuší, co je to drátování. K řemeslům mají někteří ne příliš kladný vztah, a tak někteří lidé označují drátěné výrobky za drahé – pojem „drahý“ je ale relativní. Je potřeba si uvědomit, že drátované produkty jsou ručně tvořené, s uměleckou vizí a s citem v ruce konkrétního dráteníka a žádný komplexní stroj nedokáže takovou ruční výrobu nahradit, i kdyby byl sebeefektivnější. Letování, svařování a podobné techniky s původní myšlenkou drátování nekorespondují. Proto je podnikatelovou snahou, takovým lidem danou situaci vhodným způsobem vysvětlit. Jistě není záměrem, aby takové řemeslo zaniklo – je potřeba ho předávat dál.

Zvyšující se zejména zdravotní **pojistné** je trend, které provází podnikatele s přibývajícím roky existence našeho státu. Na podnikatele se prozatím minimální vyměřovací základ vzhledem ke studiu nevztahuje, proto aktuálně přikládá takovému navyšování malou váhu, ale po dokončení studia bude tento daňově neuznatelný výdaj a výhodnost podnikání jako takového značně zvažovat.

4. 4. 3. Porterův model

Dodavatelem podnikatele jsou prodejny hutního materiálu, železářství a prodejny korálků a pro oblast kurzů organizace poskytující prostory. Pořádání kurzů je výlučně závislé na poskytnutí prostor. Odběratelem výrobků je zpravidla občan České republiky, který chce zakoupit kreativní výrobek. V oblasti kurzů jsou to pak lidé se zájmem naučit se drátenictví. Bez odběratelů by nemohl podnikatel generovat příjmy. Substituem drátovaných předmětů jsou komerční letované a svařované produkty. Konkurenti jsou zejména dráteníci prodávající na prodejních portálech (např. Hana Rajnošková, Kateřina Smutná, Dana Frydrychová, Jaroslav Pahorecký, Martina Svobodová a další), prodávající drátovaných šperků (Magda Černochová, Pavla Urxová, Jitka Zoubková a další) a v oblasti kurzů v Českých Budějovicích zejména Karla Hátleová, Petra Kozáková a nově příchozí Šárka Hulalová.

4. 5. Výrobní plán

Živnostník vyrábí své produkty sám v rámci zakázkové výroby prostřednictvím techniky drátování. Využívání zakázkové výroby je nákladné, na druhou stranu umožňuje hluboký drátěný sortiment. Vyrábí šperky, věšáky, košíky, zápichy a dekorace a misky z drátu. Na kroužcích učí, jak tyto výrobky vyrábět.

4. 5. 1. Proces výroby

Výrobě konkrétního výrobku předchází nápad. Následuje zpravidla rozkreslení výrobku a jeho částí s jasným vyznačením užívaných postupů a metod. Určí se materiál vhodný pro konkrétní výrobek. Obecné pravidlo zní, že na kostry výrobků se používá drát silnější (cca 0,9 mm a výše) a na spojování se užívá drát slabší (cca do 0,5 mm). Je na zkušenosti dráteníka, aby správně určil tloušťku a druh materiálu, protože špatně zvolený materiál může způsobit nedostatečnou pevnost konstrukce. K drátování se užívají dráty měděné, nerezové, černé železné, pozinkované a další a každý z nich má unikátní vlastnosti, které je potřeba znát.

Při výrobě se užívají troje základní kleště – štípací, kulaté a ploché a celá řada drátenických technik. Vytváří se spirály navíjením na tyčky, roztahují se, tvarují, drát se stáčí a často se i využívá kladivo pro zploštění. Tvorbu často doplňuje volná výroba z ruky a protahování drátu. Proces výroby je tedy nenáročný na náradí a pomůcky, zato je ale velmi závislý na zkušenostech, a nejen uměleckém citu dráteníka.

4. 5. 2. Drátenictví

Drátování pochází **ze Slovenska**, ve kterém se postupně začalo rozvíjet asi od 18. století. Těžké životní podmínky zdejšího obyvatelstva a vznik drátoven ve Slezsku zapříčinily vznik tohoto řemesla, které vyvrcholilo na přelomu 19. a 20. století. Dráteníci se z počátku jako potulní řemeslníci vydávali z obcí jako Velké Rovné, Dlhé Pole, Kolárovice a dalších do světa.

V pozdější fázi se dokonce rozvinula i manufakturní výroba např. v USA, Kanadě, nebo Rusku. O významu svědčí i údaj o dílně Pavola Žilinčára a Imricha Saka, kteří ve Vratislavi zaměstnávali více jak 200 zaměstnanců. Drátenické továrny v Rusku se zas zasloužily o rozšíření železniční Transsibiřské magistrály. Úspěchy dráteníci zaznamenali i v ropném průmyslu, nebo jako dodavatelé armádního materiálu (polní kuchyně, obaly na granáty, zdravotnické pomůcky). V období první světové války nejen kvůli politickým změnám a vývoji nových materiálů řemeslo téměř zaniklo. Naštěstí i v dnešní době jsou lidé, kteří se snaží ho zachovat a dále rozvíjet. (Adamusová, Hallonová, Kendrová, Kontrik, & Váleková, 2010)

4. 5. 3. Vyjádření výhodnosti činnosti z ekonomického pohledu

Největší podíl na produktech má práce, resp. čas podnikatele. To ale daňový pohled nezohledňuje a podnikatel si reálně hodinovou mzdu nevyplácí. Cílem je ale zjistit, jestli se při zohlednění času oceněném na 74 Kč/hod činnost zaplatí a jestli obdrží zisk. Potřebuje zjistit, kolik výrobků prodávat a za jakou cenu, aby se mu to z ekonomického pohledu vyplatilo.

Nepřímé náklady jsou vyjádřeny v následující tabulce. Vychází se z údajů roku 2016 – a to jednak z daňové evidence, tak i s časovým ohodnocením práce.

Tabulka č. 6 - Nepřímé náklady roku 2016

Činnost	Nepřímá práce (Kč)	Nepřímé vynaložené náklady(Kč)	Nepřímé náklady celkem (Kč)
Vzdělávací literatura a pomůcky		90	90
Administrativní činnosti	600		600
Propagace a zviditelňování	300		300
Webové stránky	225	174	399
Provize prodejním portálům		188	188
Doprava a expedice	105	84	189
Celkem	1230	536	1766

Zdroj: Vlastní zpracování

Za rozvrhovou základnu pro rozpočet nepřímých nákladů se považuje počet hodin. Nepřímý náklad na jednu hodinu ($1766 \text{ Kč} / 58 \text{ hodin} = 30,44827586$ nepřímý náklad Kč/1h) se proto alokuje produktům podle počtu hodin, jak uvádí následující tabulka 7. Přímé náklady v podobě spotřeby materiálu vychází ze skladové evidence se zaokrouhlením na celé koruny nahoru a z údaje o době trvání výroby oceněný 74 Kč/hod. (Rozčlenění jednotlivých produktů roku 2016 do kategorií s přidělením čísla je uvedeno v příloze č. 10.)

Za jednotlivé kategorie se zjistí průměrné přímé a nepřímé náklady, a protože u výrobků přímé náklady vykazují variabilní charakter a nepřímé náklady fixní, přejímá je tak tabulka 8. Podnikatel tak na základě dosavadních nákladů předpokládá, že se pro rok 2017 nebudou výrazně měnit. Pouze variabilní náklady u speciálů podnikatel vzhledem k zavedení nových výrobků očekává o 35% vyšší. Následuje výpočet bodu zvratu a na základě něj se stanoví počet plánovaných vyráběných kusů. Cena se stanoví jako cena, za kterou podnikatel výrobky obvykle nabízí, s ohledem na konkurenci.

Tabulka č. 7 - Kalkulace produktů roku 2016

Kategorie	Číslo	Počet hodin (h)	Spotřeba materiálu (Kč)	Přímá práce (Kč)	Ostatní přímé nákl. (Kč)	Celk. přímé nákl. (Kč)	Nepřímé náklady (Kč)	Úplné vl. náklady výkonu (Kč)
Věšáky	1.	3,00	2	225,00	15,00	242,00	91,34	333,34
	2.	4,00	4	300,00	15,00	319,00	121,79	440,79
	3.	3,50	2	262,50	15,00	279,50	106,57	386,07
	4.	3,50	3	262,50	15,00	280,50	106,57	387,07
	5.	3,50	3	262,50	15,00	280,50	106,57	387,07
Misky	6.	4,20	9	315,00	15,00	339,00	127,88	466,88
	7.	4,00	3	300,00	15,00	318,00	121,79	439,79
Dekorace	8.	1,15	1	86,25	15,00	102,25	35,02	137,27
	9.	1,15	1	86,25	15,00	102,25	35,02	137,27
Šperky	10.	0,75	2	56,25	15,00	73,25	22,84	96,09
	11.	0,75	2	56,25	15,00	73,25	22,84	96,09
Speciály	12.	5,00	5	375,00	15,00	395,00	152,24	547,24
	13.	5,50	7	412,50	15,00	434,50	167,47	601,97
	14.	3,00	4	225,00	15,00	244,00	91,34	335,34
Kroužek	15.	15	177	1125,00	2714,00	4015,64	456,72	4472,36
Celkem	-	58	224,64	4350,00	2924,00	7498,64	1766,00	9264,64

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 8 - Výpočet bodu zvratu pro výrobky

Kategorie	FN	P	VaN	QBEP	Q	N	T	Zisk
Věšáky	106,57	400,00	280,30	0,89	2	667,17	800	132,83
Misky	124,84	550,00	328,50	0,56	2	781,84	1100	318,16
Dekorace	35,02	120,00	102,25	1,97	12	1262,02	1440	177,98
Šperky	22,84	180,00	73,25	0,21	7	535,59	1260	724,41
Speciály	137,02	580,00	483,08	1,41	5	2552,39	2900	347,61
Kroužek	Zpracován samostatně.							
Celkem					28	5799	7500	1701

Zdroj: Vlastní zpracování (označení zkratk a jednotek se nachází v metodice)

Vzhledem k tomu, že podnikatel plánuje 2 kurzy, které se oproti drátenickému kroužku z roku 2016 koncepčně liší, vyjádří se kalkulační bod zvratu zvlášť.

Tabulka č. 9 – Kalkulace očekávaných nákladů na kroužek roku 2017

Kategorie	Spotřeba materiálu (Kč)	Přímá práce (Kč)	Ostatní přímé náklady (Kč)	Celkové přímé náklady (Kč)	Nepřímé náklady (Kč)	Úplné vlastní náklady výkonu (Kč)	Úplné vl. náklady na 1 účastníka (Kč)
Kroužek	288	592	1320	2200	228	2428	270

Zdroj: Vlastní zpracování

Podnikatel očekává celkovou spotřebu materiálu ve výši 288 Kč, práci v podobě osmi hodin lektorování, kterou se ocení 74 Kč/h a za ostatní přímé náklady považuje nájemné prostor kroužku a náklady propagace. Nepřímé náklady jsou ve výši poloviny nepřímých nákladů kroužku 2016, vzhledem k tomu, že plánuje kurzy dva. Náklady z kalkulace se rozčlení na variabilní a fixní. Variabilní náklady obsahují spotřebu materiálu a fixní náklady ostatní položky z kalkulace. Variabilní náklady a cena jsou vyjádřeny na jednoho účastníka, aby bylo možné stanovit počet účastníků, od kterého se vyplatí kurz pořádat.

Tabulka č. 10 - Výpočet bodu zvratu pro kurzy

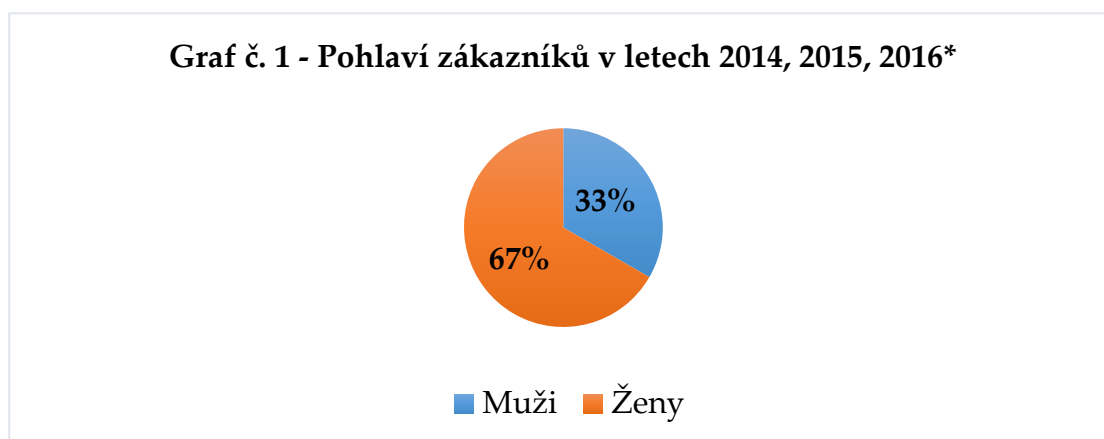
Produkt	FN ₂	P ₂	VaN ₂	QBEP ₂	Q ₂	N	T	Zisk kroužků
Kroužek 1	2140	499	32	4,6	9	2428	4491	2063
Kroužek 2	2140	499	32	4,6	9	2428	4491	2063
Celkem					18	4857	8982	4125

Zdroj: Vlastní zpracování (označení zkratk a jednotek se nachází v metodice)

Na základě těchto propočtů se zjistilo, že se podnikateli uhradí čas strávený s činnostmi, a ještě obdrží zisk za výrobky i plně obsazené kurzy dohromady 5826 Kč. Aby se kroužky vyplatilo uskutečnit, musí je navštěvovat minimálně 4,6 člověka – tedy 5 osob.

4. 6. Marketingový plán

Pro potřeby marketingového plánu se uvádí údaje o zákaznících. Následující graf byl zpracován na základě vzorku zákazníků a vypovídá o jejich pohlaví.



Zdroj: Vlastní zpracování

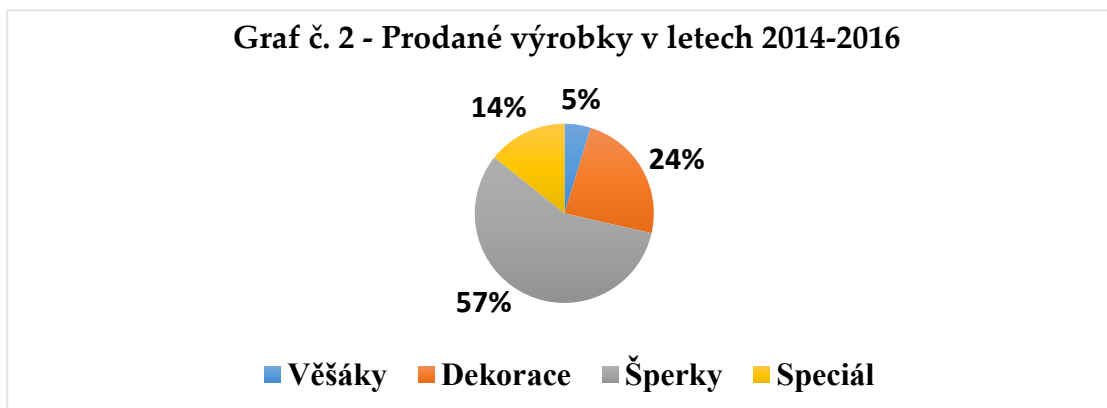
*Vzorkem zákazníků se rozumí zákazníci, kteří v letech 2014-2016 učinili u podnikatele objednávku, na kterou byla vystavena faktura vystavená mimo účastníků drátenického kroužku a mimo zákazníků z příjmových pokladních dokladů a mimo stornovaných faktur. Jde tedy zejména o zákazníky, kteří koupili výrobek přes internet. Zákazníci ze vzorku zákazníků pocházejí z celé České republiky, prodej do zahraničí zatím podnikatel nezvažuje.

Zákaznicemi drátenického kroužku v roce 2016 byly výhradně ženy, a to středního věku. Je proto zřejmé, že ženy celkově převažují v zájmu jak o drátované výrobky, tak i v zájmu se řemeslo naučit. (Přitom v historii byli dráteníky výhradně muži...)

Podnikatel prodává vlastnoručně vyrobené drátované předměty – šperky, věšáky, košíky, misky a různé dekorace z drátu. Využívá pro prodej kreativní prodejní portály Fler.cz a Simira.cz, které samy o sobě pořádají reklamní kampaně v médiích pro zvýšení počtu potenciálních zákazníků. Tyto portály hodlá užívat i nadále. Výhodou je, že těmto službám se neplatí paušální částka za každé období, ale pouze provize za skutečně realizované objednávky. Ta se dlouhodobě pohybuje kolem 10 % nad cenu produktů a platí se zpětně. Doplňkově prodává na trzích. Cenu stanovuje zejména s ohledem na časovou náročnost práce a konkurenci.

V rámci marketingové činnosti podnikatel i nadále využívá své vlastní webové stránky dratenkov.cz. Zájemci o drátování zde naleznou galerii, informace o pořádaných kroužcích, drátenickou videotéku a kontakt. Stránky se doporučuje upravit podle kapitoly 5. Taková úprava vyžaduje pouze časové náklady.

Další graf podává informace na základě vzorků zákazníků, o co měli největší zájem. Zatřídění jednotlivých výrobků do kategorií je uvedeno v příloze 9.



Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě zájmu zákazníků se podnikatel rozhodl, že se pro další rok zaměří zejména na výrobu šperků a dekorací a v doplňkové menší míře budou věšáky, speciály (nákladnější luxusnější položky) a misky (ty se v období 2014-2016 dosud neprodaly, vzhledem k jejich začínající výrobě.) V roce 2017 podnikatel očekává výtisk článku v univerzitním časopisu Journal, a proto očekává zvýšený zájem o produkty, tudíž proto vyrobí podstatně větší množství výrobků. V jednání je účast na výstavě v Olbramovicích, kde by mohl svou činnost také zviditelnit.

Podnikatel plánuje pro rok 2017 uspořádat 2 drátenické kroužky se zaměřením na celý českobudějovický trh. Jedná se o kurzy drátování. Jeden drátenický kroužek je koncipován na 4 lekce po dvou hodinách. Každý plánovaný drátenický kroužek je tematicky zaměřen – je v plánu drátenický šperkařský kroužek a kroužek tradičního drátování. Ty se budou konat v prostorách organizace sídlící poblíž Výstavišti v Českých Budějovicích. Každému účastníkovi se zajistí materiál a pomůcky potřebné k práci. Pro větší motivaci účastníků se plánuje udělit na konci kurzu odznáčky – butony. Udělují se na základě splnění úkolů (modrý) a další (zelený a červený) pak při návštěvě více kurzů a prokázání skvělých drátenických dovedností.

Pořádání kurzů vyžaduje intenzivnější propagaci, neboť funguje jednoduchý princip – kdo o kurzu neví, nepřijde. Kromě letáků, které budou vyvěšeny na nástěnkách po Českých Budějovicích, je naplánováno přímo oslovit konkrétní zájmové organizace (ze strategického důvodu je nelze uvést), kde se shromažďují lidé hledající využití volného času. Dále osloví dosavadní účastníky kurzu. Plánuje se využít určité partyzánštiny v podobě guerilla marketingu, a to rozdávání lučního kvítí s osobní pozvánkou na kroužek, nebo drátování na veřejném místě. Taková propagace nevyžaduje veliký kapitál.

4. 7. Finanční plán

Finanční plán vyjadřuje předpokládané příjmy a výdaje. Podnikatel neplánuje využívat cizí kapitál pro financování své činnosti. Cílem finančního plánu je zvýšit příjmy alespoň na částku 15 000 Kč. Základním principem pro vyjádření příjmů a výdajů je rozklad příjmů a výdajů roku 2016, který se upravil na plánovaný rozsah pro rok 2017.

Očekávané příjmy tvoří jednak očekávaný příjem z kurzů a očekávaný příjem z výrobků a zohledňují výrobní plán. Pro vyjádření očekávaného příjmu na jeden výrobek je použit průměrný příjem z prodeje výrobků roku 2016 podle dokladů podnikatele.

Tabulka č. 11 - Vyjádření očekávaných příjmů roku 2017

Očekávané kurzovné na 1 účastníka (Kč)	Max. počet účastníků	Oč. příjem z kurzů (Kč)	Celkové oč. příjmy (Kč)
499	18	8982	16336,76
Oč. příjem na 1 výrobek (Kč)	Plán. počet výrobků	Oč. příjem z výrobků (Kč)	
262,67	28	7354,76	

Zdroj: Vlastní zpracování

Pro vyjádření celkových očekávaných výdajů se sledují výdaje na kurzy, výdaje za materiál použitý jak pro výrobky, tak i kurzy a ostatní výdaje. Výdaje na jednoho účastníka vycházejí z průměrného výdaje na jednoho účastníka v roce 2016 a skládají se z výdajů na kleště, butony, tisk. Upravují se na plánovaných 18 účastníků. Podnikatel očekává zvýšení výdajů na materiál o 35% vzhledem k zavádění nových materiálůvé náročnějších výrobků (hrnečky, mísa) a také s ohledem na očekávanou větší spotřebu materiálu v rámci kurzů. Ostatní výdaje roku 2016 se skládají z výdajů na provize, poštovné, stránky a literaturu a podnikatel očekává jejich zvýšení vlivem zvýšení cen poštovního a očekávané faktury v roce 2017, což vyčíslil na 1600 Kč.

Tabulka č. 12 - Vyjádření očekávaných výdajů roku 2017

Rok 2016	Plán pro rok 2017		Celkové oč. výdaje (Kč)
Výdaje na 1 účastníka kurzů (Kč)	Max. počet účastníků (Kč)	Oč. výdaje z kurzů (Kč)	
113,43	18	2041,74	5007,99
Výdaj na materiál (Kč)	Oč. zvýšení o 35% (Kč)	Oč. výdaje za materiál (Kč)	
615	215,25	830,25	
Ostatní výdaje (Kč)	Oč. zvýšení o 1600 (Kč)	Oč. ostatní výdaje (Kč)	
536	1 600	2 136	

Zdroj: Vlastní zpracování

Podnikatel očekává příjmy ve výši 16337 Kč a výdaje 5008 Kč v roce 2017.

5. Možnosti rozšíření podnikatelské činnosti

Podnikatel má zájem rozšířit svou činnost v oblasti pořádání kurzů a uspořádat dva drátenické kroužky v roce 2017. Dosud působil pouze na trhu v rámci areálu Jihočeské Univerzity a jejích zaměstnanců, a proto plánuje oslovit zákazníky z Českých Budějovic. Má zájem uspořádat šperkařský drátenický kroužek a kroužek tradičního drátování. Kurzy budou mít novou koncepci, jeden kurz se bude skládat ze čtyř dvouhodinových lekcí, aby na výrobu připadalo dostatek času.

V oblasti výroby drátovaných předmětů se podnikatel zaměřuje na zvýšení objemu produkce z dosavadních 14 výrobků v roce 2016 na 28 výrobků v roce 2017. Z toho plánuje zavést 3 nové výrobky – keramické opletené hrnečky a opletenou keramickou misku. Dosud se opletání keramiky nevěnoval, protože je nejen materiálově, ale zejména kvalifikačně náročná, ale stanovil si za cíl se ho naučit, vzhledem k zájmu zákazníků na trzích.

Cílem podnikatele je úprava jeho stránek dratenkov.cz, na kterých byl dosud nevýrazně a nepřehledně umístěn odkaz na e-shop s výrobky. Taková úprava, vyžadující pouze kratší časové náklady, pomůže se zvýšením počtu potenciálních zákazníků. Tato úprava bude měřena podle údajů ze služby Google Analytics pomocí počtu nových uživatelů, kteří v roce 2017 přes tento odkaz na e-shop vstoupí.

V rámci úpravy stránek má podnikatel zájem rozšířit a propagovat drátenickou videotéku, kterou spravuje. Drátenická videotéka obsahuje odkazy na drátenická videa. Slouží ke vzdělávacím účelům zájemcům o drátování a je volně přístupná přes stránky podnikatele. Tento cíl se považuje za splněný, pokud zájemce o drátování označí drátenickou videotéku za přínosnou.

Plánuje se rozšíření možností dopravy z dosavadního přepravce České pošty a možnosti osobního odběru navíc o alternativního přepravce s výdejními místy. Na základě osobní zkušenosti podnikatel vyčlenil Zásilkovnu a Uloženkou a kritériem pro zavedení byl počet výdejních míst, ve kterých Zásilkovna výrazně převažuje. Proto bude zavedena Zásilkovna a cíl rozšíření možností dopravy se považuje za splněný, pokud ho alespoň 1 zákazník v datu od zavedení do konce roku 2017 využije.

6. Analýza ekonomických výsledků

Tabulka č. 13 - Přehled o příjmech, výdajích, majetku a závazcích 2017

Rok	Příjmy (Kč)	Výdaje (Kč)	Daň. Základ (Kč)	Peníze v pokladně (Kč)	Peníze na účtu (Kč)	Neuhr. pohl. a závazky (Kč)	Dlouh. Majetek (Kč)	Zásoby (Kč)	Majetek (Kč)
2017	17433	5787	11646	614	3100	0	0	1763	5477

Zdroj: Vlastní zpracování

$$\text{Rentabilita 2017} = (17433 - 5787) / 5477 = 212,63 \%$$

Sestavení podnikatelského plánu a vytyčení cílů bylo natolik motivující, že podnikatel dosáhl vysoké rentability. I při zvážení výběru z účtu 13023 Kč, který podnikatel učinil na konci roku 2017, by rentabilita vycházela přibližně 63 %.

Podnikatel očekával příjmy ve výši 16337 Kč a výdaje 5008 Kč v roce 2017. Ve skutečnosti dosáhl o 1096 Kč větších příjmů a o 779 Kč větších výdajů. Lze tedy považovat sestavený finanční plán za poměrně realistický. Následující tabulky rozčleňují skutečné a očekávané příjmy a výdaje do konkrétních položek, s odůvodněním rozdílů.

Tabulka č. 14 - Porovnání skutečných a plánovaných příjmů pro rok 2017

Příjmy (Kč)	Příjem z kurzů při 18 úč. (Kč)	Oč. příjem z kurzů při 18 úč. (Kč)	Rozdíl příjmů z kurzů (Kč)
17 433	8 811	8 982	-171
	Prodej 31 výrobků (Kč)	Oč. příjem z 28 výrobků (Kč)	Rozdíl z příjmů výrobků (Kč)
	6 912	7 354,76	-442,76
	Individuální kurzy (Kč)	Oč. příjem z indiv. Kurzů (Kč)	Rozdíl z příjmů individ. Kurzů (Kč)
	1710	Žádný	1710

Zdroj: Vlastní zpracování

Příjmy z kurzů jsou ve skutečnosti nižší, protože podnikatel musel reagovat na příchod konkurence a poskytl slevu. Prodalo se nad očekávání více produktů, ale zákazníci měli zvýšený zájem o levnější šperky. Prodávaly se i výrobky vyrobené v předchozích letech. Podnikatel byl osloven pro předvádění řemesla a uskutečnění soukromé lekce a ač to původně neočekával, taková příležitost mu přinesla další příjem.

Jak uvádí tabulka č. 15, výdaje kurzů poměrně korespondovaly a podařilo se plně naplnit kurzy. V oblasti výdajů na materiál se podnikatel snažil držet plánovaných výdajů a ač díky výrobě drobných šperků na kurzu byly výdaje za materiál nižší, mírně je převážilo zavedení nových výrobků, které byly materiálově náročné. Podnikateli se podařilo naučit a zavést nové

výrobky – hrnečky a opletenou keramickou mísu. Ostatní výdaje jsou o něco větší vzhledem ke zvýšení poštovného, provizí a nutnému nákupu ochranných pomůcek. Zvýšení takových výdajů vzhledem k větším dosaženým příjmům je ale pochopitelné.

Tabulka č. 15 - Porovnání skutečných a plánovaných výdajů pro rok 2017

Výdaje (Kč)	Výdaje kurzů na 18 účastníků (Kč)	Oč. výdaje z kurzů na 18 úč. (Kč)	Rozdíl z výdajů kurzů (Kč)
5787	2010	2041,71	-31,74
	Výdaje za materiál (Kč)	Oč. Výdaje za materiál (Kč)	Rozdíl z výdajů za materiál (Kč)
	820	830,25	-10,25
	Ostatní výdaje (Kč)	Oč. ostatní výdaje (Kč)	Rozdíl z výdajů ostatních (Kč)
	2957	2136	821

Zdroj: Vlastní zpracování

Podnikatel si vytyčil i další možnosti rozšíření – úpravu stránek se zdůrazněním tlačítka směřující na e-shop. Tato implementace se povedla a jak uvádí příloha č. 12, v roce 2017 přinesla 23 nových uživatelů. Cíl rozšíření drátenické videotéky byl také splněn, protože byla uznána za přínosnou drátenickou kolegyní. Podnikateli se také podařilo do e-shopu včlenit Zásilkovnu v listopadu 2017 a dle dokladů podnikatele jej využily do konce roku dvě osoby.

Podnikatel se na jaře účastnil výstavy v Olbramovicích pod názvem „Tvořivé ruce“ a vyšel článek v univerzitním časopisu Journal (č. 18/2017), což přispělo k novým zakázkám.

Závěr

Jak vyplývá z této práce, podnikatel musí pro založení podnikání získat celou řadu informací o legislativním prostředí, o trzích, o formě podnikání o způsobech, jak si založit podnikání, zvolit si svůj předmět podnikání a sestavit zahajovací výkazy. Zejména od předmětu činnosti a volby první formy se odvíjí další aktivity – ať už vložení vkladu společníkem, sestavení stanov nebo například u živnostníka prokázání všeobecných podmínek a odborné způsobilosti a návštěva centrálního registračního místa. Protože malé a střední podnikání má v České republice jednoznačně významnou pozici, jistě osoby uvažující o zahájení podnikání označí za přínos podrobný návod, jak si založit živnostenské podnikání. Podnikání je umožněno téměř každému, ale je potřeba i zvážit, jestli se daná osoba k němu hodí, k čemuž může využít nejenom testů osobností.

S podnikáním se ale nerozlučitelně váže i podnikatelský plán, který sestavují podnikatelé před nebo i při provozování činnosti. Srozumitelnost, přiměřená stručnost, realizovatelnost a logika, to jsou prvky, které by měl obsahovat každý podnikatelský plán. V tomto dokumentu se velmi často objevují výrobní, marketingové a finanční plány a zhodnocení, například pomocí bodu zvratu, jestli se taková činnost vyplatí.

Tato práce se zaměřila na sestavení podnikatelského plánu pro podnikatele se specifickým předmětem činnosti – drátování. Jeho cílem bylo rozšířit svou dosavadní činnost zejména o pořádání dvou drátenických kroužků a rozšíření výroby. Ze zajímavých informací, zjištěných díky podnikatelskému plánu lze uvést, že v zájmu o drátování dominují ženy, přesto podle historických údajů se dříve drátenictví věnovali výhradně muži. Aplikace bodu zvratu se zohledněním časové náročnosti práce potvrdila, že činnost podnikatele bude na plánované množství výrobků a kurzů vykazovat ziskový charakter. Pomocí rozkladu dosavadních údajů z roku 2016 zjistil, že pro rok 2017 může očekávat příjmy ve výši 16337 Kč a výdaje 5008 Kč.

Jak se ukázalo v porovnání se skutečností, sestavený podnikatelský plán poměrně věrně dokázal vyjádřit očekávané příjmy a výdaje. Přesto oproti plánu došlo k mírným odchylkám zejména v oblasti příjmů, protože podnikatel neočekával, že bude osloven pro uskutečnění individuálních kurzů a získá tak další příjem. Odchylky u výdajů zas způsobily především větší výdaje za poštovné a ochranné pomůcky. Podnikatel vnímal sestavení podnikatelského plánu jako silně motivující a dosáhl pozitivních výsledků.

V rámci této práce se podařilo popsat činnosti související se založením podnikání a pro vybraný podnikatelský subjekt sestavit podnikatelský plán a analyzovat výsledky.

Vzhledem k tomu, že popisovaným podnikatelským subjektem je autor sám a chová ke svému řemeslu uznání a lásku, věří, že touto prací udělal další krok k tomu, aby drátenictví vešlo ve větší známost. Tuto práci má zájem zakončit vlastním sloganem – Dělat to, co člověka baví a naplňuje, má největší smysl!

Summary

This bachelor thesis contains the information about a business plan, an entrepreneurship, an establishment and an extension of business. The main aim is to describe the activities related to starting a business, create an expanding business plan for a specific enterprise and analyse economy results. The entrepreneur is the same person as the author of this thesis. The entrepreneur does a wire-craft and find the possibilities to extend the business in 2017 by using a business plan. A business plan consists of the describing an entrepreneur, a market analysis, a production plan, a marketing plan and a financial plan. The thesis uses the MBTI test to specify entrepreneur character and Business Model Canvas to make business activity clear. In market analysis the PEST, SWOT analysis and Porter's Five Forces is used. In production plan the direct and indirect cost are monitored, and the indirect cost are allocated to the cost object by a cost driver. This thesis contains The Break Even Point Analysis. The Break Even Point Analysis is helpful to decide, how many products to offer to cover the costs. In financial plan are expressed expected revenues and expenditure. A comparison between planned and realized data gives financial results.

Keywords: handmade wire-craft, entrepreneur, starting business, business plan, business expansion

Seznam literatury

Adamusová, J., Hallonová, K., Kendrová, K., Kontrik, A., & Válek, M. (2010). *Drotárstvo: veľká kniha o slovenskom drotárstve = big book of the Slovak wire craft*. Martin: Matica slovenská.

Dušek, J., & Sedláček, J. (2017). *Daňová evidence podnikatelů 2017*. Praha: Grada.

Fotr, J., & Souček, I. (2005). *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing.

Christensen, C. M., & Raynor, M. E. (2003). *The innovator's solution: creating and sustaining successful growth*. Boston, Mass.: Harvard Business School Press.

Koráb, V., Režňáková, M., & Peterka, J. (2007). *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press.

Košťuriak, J., & Chal, J. (2008). *Inovace: vaše konkurenční výhoda!*. Brno: Computer

Král, B. (1997). *Nákladové a manažerské účetnictví*. Praha: Prospektrum.

Locke, R. M., & Wellhausen, R. L. (2014). *Production in the innovation economy*. Cambridge: The MIT Press.

Novák, J., Kočíšáková, P., & Novotný, L. (2007). *Zakládání podniku a investování: učební text*. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2015). *Tvorba business modelů: příručka pro vizionáře, inovátory a všechny, co se nebojí výzev* (2. vydání). Brno: BizBooks.

Srpová, J. (2011). *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada.

Srpová, J., & Řehoř, V. (2010). *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada.

Synek, M., & Kislíngerová, E. (2015). *Podniková ekonomika* (6., přeprac. a dopl. vyd.). V Praze: C.H. Beck.

Štohl, P. (2012). *Učebnice účetnictví 2012: pro střední školy a veřejnost* (13., upr. vyd.). Znojmo: Pavel Štohl.

Veber, J., & Srpová, J. (2012). *Podnikání malé a střední firmy* (3., aktualiz. a dopl. vyd.). Praha: Grada.

Zákon č. 455/1991 Sb.

Zákon č. 89/2012 Sb.

Zákon č. 563/1991 Sb.

Zákon č. 586/1992 Sb.

Zákon č. 112/2016 Sb.

Zdroje podnikatele

Seznam ostatních zdrojů

ENFJ Učitel [Online]. (2017). Retrieved April 07, 2018, from <http://www.mujsyp.cz/ucitel/>

Jak Nový občanský zákoník definuje podnikání [Online]. (c2011-2014). Retrieved April 07, 2018, from <http://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/jak-novy-obcansky-zakonik-definuje-podnikani.html>

Journal: časopis Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. (2017) (Vol. 2017). České Budějovice.

MBTI test (Myers-Briggs Type Indicator) [Online]. (c2011-2018). Retrieved April 07, 2018, from <https://managementmania.com/cs/mbti-myers-briggs-type-indicator>

Seznam registrovaných členů cechu [Online]. (2016). Retrieved April 07, 2018, from <http://cech-drateniku.sweb.cz/clenove.htm>

Ústavní soud zákon o EET nezrušil, 3. a 4. vlna ale zatím nezačne [Online]. (2017). Retrieved April 07, 2018, from <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/ustavni-soud-zakon-o-eet-nezrusil-3-a-4-vlna-ale-zatim-nezacne-videoprenos/1562859>

Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2016 [Online]. (2017). Retrieved April 07, 2018, from <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/male-a-stredni-podnikani/studie-a-strategicke-dokumenty/zprava-o-vyvoji-maleho-a-stredniho-podnikani-a-jeho-podpore-v-roce-2016--232792/>

Žádost o akreditaci [Online]. (2018). Retrieved April 07, 2018, from <http://www.msmt.cz/vzdelavani/dalsi-vzdelavani/zadost-o-akreditaci-1>

Živnost volná pro fyzické osoby s bydlištěm na území ČR [Online]. (2017). Retrieved April 07, 2018, from <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/zivnost-volna-fo-bydliste-uzemi-cr-4883.html>

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 – Povinnost vést účetnictví	6
Obrázek č. 2 – Rozdělení živností	13
Obrázek č. 3 – Porterův model pěti sil	18
Obrázek č. 4 – SWOT analýza	18
Obrázek č. 5 - Grafické znázornění bodu zvratu	21
Obrázek č. 6 - Business model Canvas	32

Seznam grafů

Graf č. 1 - Pohlaví zákazníků v letech 2014, 2015, 2016	41
Graf č. 2 - Prodané výrobky v letech 2014-2016	42

Seznam tabulek

Tabulka č. 1 - Členění podniků podle doporučení Evropské komise	15
Tabulka č. 2 – Použité zkratky	28
Tabulka č. 3 - Přehled o příjmech, výdajích, majetku a závazcích (2014-2016)	30
Tabulka č. 4 – Aplikace SWOT analýzy	33
Tabulka č. 5 – Hodnocení SWOT analýzy	34
Tabulka č. 6 - Nepřímé náklady roku 2016	38
Tabulka č. 7 - Kalkulace produktů roku 2016	39
Tabulka č. 8 - Výpočet bodu zvratu pro výrobky	39
Tabulka č. 9 - Kalkulace očekávaných nákladů na kroužek roku 2017	40
Tabulka č. 10 - Výpočet bodu zvratu pro kurzy	40
Tabulka č. 11 - Vyjádření očekávaných příjmů roku 2017	43
Tabulka č. 12 - Vyjádření očekávaných výdajů roku 2017	43
Tabulka č. 13 - Přehled o příjmech, výdajích, majetku a závazcích 2017	45
Tabulka č. 14 - Porovnání skutečných a plánovaných příjmů pro rok 2017	45
Tabulka č. 15 - Porovnání skutečných a plánovaných výdajů pro rok 2017	46

Seznam příloh

Příloha č. 1 – Drátovaná miska sluncem zalitá

Příloha č. 2 – Drátované hrnečky

Příloha č. 3 – Ptáček

Příloha č. 4 – Drátovaný motýl

Příloha č. 5 – Náušnice chrám vášně a něhy

Příloha č. 6 – Ukázka výrobního postupu účastnicím kroužku

Příloha č. 7 – Pracovní atmosféra na tradičním drátenickém kroužku

Příloha č. 8 – Šťastné účastnice šperkařského kroužku

Příloha č. 9 – Výčet prodaných výrobků pro graf "Prodané výrobky v letech 2014-2016"

Příloha č. 10 – Produkty vyrobené v roce 2016 s rozčleněním do kategorií

Příloha č. 11 – MBTI test podnikatele

Příloha č. 12 – Uživatelé využívající zdůrazněný odkaz směřující na e-shop v roce 2017

Příloha č. 13 – Přínosnost videotéky

Příloha č. 14 – Stránky dratenkov.cz

Příloha č. 15 – Článek v univerzitním časopisu Journal č. 18/2017

Přílohy

Příloha č. 1 – Drátovaná miska sluncem zalitá



Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 2 – Drátované hrnečky



Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 3 – Ptáček



Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 4 – Drátovaný motýl



Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 5 – Náušnice chrám vášně a něhy



Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 6 – Ukázka výrobního postupu účastnicím kroužku



Zdroj: Vlastní zpracování (účastnice udělily souhlas se zveřejněním fotografií)

Příloha č. 7 – Pracovní atmosféra na tradičním drátenickém kroužku



Zdroj: Vlastní zpracování (účastníci udělili souhlas se zveřejněním fotografií)

Příloha č. 8 – Šťastné účastnice šperkařského kroužku



Zdroj: Vlastní zpracování (účastnice udělily souhlas se zveřejněním fotografií)

Příloha č. 9 – Výčet prodaných výrobků pro graf "Prodané výrobky v letech 2014-2016"

Kategorie	Výrobek	Ks
Věšáky	Malý věšák s velkým srdcem	1
Dekorace	Oranžová dárková krabička	1
	Drátovaný zápich jednodušší žlutá květina	1
	Měděná pomlázka	1
	Brýle Lennonky větší	1
	Brýle Lennonky střední	1
Šperky	Náušnice rudé kapky	1
	Náušnice nerezové spirálové pecičky	1
	Nerezové spirály keramičky 3D	1
	Náušnice kruhové nerezové měnilky - na přání	1
	Náušnice srdce na dlani	1
	Náušnice nerezové spoutané kruhy	1
	Náušnice z nerez - prostá perlová elegance	1
	Náušnice houslové klíče	1
	Náušnice nerezové duhové pecky	2
	Náušnice keltská triquetra	1
Náušnice nerezové spirálové pecičky	1	
Speciál	Nerezový náhrdelník pro lední vílu	1
	Drátovaný košík s dubovou rukojetí	1
	Přívěsek vášnivá luna	1
Celkem		21

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 10 – Produkty vyrobené v roce 2016 s rozčleněním do kategorií

Číslo	Produkt	Kategorie
1.	Klasický věšák malý	Věšáky
2.	Drát.anděl srdíčkověšák	
3.	Černý spirálový věšák	
4.	Věšák srdíčkový černý	
5.	Věšák srdíčkový černý	
6.	Černá miska spirálová	Misky
7.	Černá miska oříšková	
8.	Zápich červené srdce	Dekorace
9.	Zápich červené srdce	
10.	Náušnice duhové pecky	Šperky
11.	Náušnice duhové pecky	
12.	Náušnice snící Vltava	Speciály
13.	Vařečkovník	
14.	Naběračka na knedlíky	
15.	Drátenický kroužek	Kroužek

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 11 – MBTI test podnikatele

Typ ENFJ

Skvělí přirození vůdci, cení si spolupráce a rádi pracují v týmu. Tolerantní, ohleduplní, rození komunikátoři, skvělí motivátoři, inspirátoři. Cení si harmonických vztahů, neshody berou příliš osobně.

Charakteristika podle serveru MujiTyp.cz:

ENFJ - učitel

- **Zastoupení v populaci:** 3,5% (z toho 1,5% muži a 2% ženy)
- **Nejvýraznější vlastnost:** přesvědčivost
- **Ideální kariéra:** učitel, psycholog, diplomat, trenér, herec,
- **Slavné osobnosti:** Ronald Reagan, Ross Perot, Abraham Maslow, Ben Stiller, Ben Affleck
- **Fiktivní postavy:** Jules Winnfield (Pulp Fiction), Faye Valentine (Cowboy Bebop)
- **Stručný popis:** společenský, znalec lidí, nemá rád neosobní analýzy, obětavý, tvrdě pracující, altruistický, smysl pro pořádek a tradici, aniž by to ovlivnilo jeho lidskost

Rád se ujímá zodpovědnosti za vztahy mezi lidmi. Velmi empatický, starostlivý a přesto se smyslem pro cíl a pořádek. To vše z něj dělá ideálního učitele, trenéra, diplomata, herce, psychologa. Nikdo jiný neumí tak dobře kombinovat láskyplnou péči s tvrdou motivací ke zlepšování.

Nemá rád monotónní a administrativní práci, ale obdivuje ty, kteří mají dostatečné sebeovládání jí zvládat. Život bere jako nabídku nepřeborného množství variant a často má problém s výběrem jedné konkrétní. Přitahují ho lidé rozhodní a těžko ovlivnitelní. Zároveň však nemá rád odsuzování druhých lidí.

Jeho silná orientace na lidi a jejich názory ho činí citově zranitelným. Nemá rád neosobní analýzy a suchá čísla. Domov si rád zdobí nejružnějšími suvenýry a také má rád rodinné fotoalba. Je velkým zastáncem myšlenky, že život má nějaký hlubší smysl a často přikládá symbolický význam i svým snům.

Jen málokdy se dostane s někým do konfliktu, protože své postoje umí vysvětlovat velmi jemně a sugestivně. Ve společnosti působí jako stmelovací prvek. Často má výrazné charisma a schopnost manipulovat s veřejným míněním.

Jako extrovertní tradicionalista má rád státní oslavy, přehlídky a další společenské události, které demonstrují jednotu. Sám rád organizuje společenské akce, kam se snaží přitáhnout co nejvíce lidí ze svého okolí a pokud možno neponechat nikoho stranou.

© MujiTyp.cz, tento text publikujeme pod licencí [CC-BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/).

Zdroj: (“ENFJ Učitel”, 2017)

Příloha č. 12 – Uživatelé využívající zdůrazněný odkaz směřující na e-shop v roce 2017

Trasa odkazujících zdrojů ?	Akvizice			Chování	
	Uživatelé ? ↓	Noví uživatelé ?	Návštěvy ?	Míra okamžitého opuštění ?	Počet stránek na 1 návštěvu ?
	24 Podíl z celku v %: 2,09 % (1 149)	23 Podíl z celku v %: 2,02 % (1 139)	33 Podíl z celku v %: 2,08 % (1 583)	42,42 % Prům. pro výběr dat: 55,59 % (-23,68 %)	3,42 Prům. pro výběr dat: 2,57 (33,12 %)
1. /galerie.html	19 (79,17 %)	18 (78,26 %)	27 (81,82 %)	44,44 %	3,44
2. /index.html	2 (8,33 %)	2 (8,70 %)	2 (6,06 %)	50,00 %	3,00
3. /kontakt.html	2 (8,33 %)	2 (8,70 %)	3 (9,09 %)	33,33 %	4,00
4. /	1 (4,17 %)	1 (4,35 %)	1 (3,03 %)	0,00 %	2,00

Zdroj: Interní zdroj podnikatele v Google Analytics

Příloha č. 13 – Přírinosnost videotéky

A***** Sněžena sne*****@*****zenka.cz ▾

Komu: misa@dratenkov.cz

✉ Re: Videa o drátování

Milá Misulko_X,
díky za odkaz, je fajn, že ses do toho pustila. Já jsem dávala nějaké odkazy na nástěnku klubu Drátování,
<http://www.fler.cz/fler-kluby?action=detail&id=14>
nemám teď čas zkoumat, jestli je máš všechny u sebe. Tak když se ti bude chtít, nakoukni, třeba tam bude něco, co nemáš, i když toho máš podstatně více. Pokud bys chtěla, umístila bych odkaz na tvou videotéku na klubovou nástěnku.
Měj se krásně, ať se ti daří. 😊 Sněžena Magda

Zdroj: Interní zdroj podnikatele

Příloha č. 14 – Stránky dratenkov.cz

Drátenictví
Misulka_X

Úvod Galerie Drátenická videotéka Kurzy a kroužky Kontakt

Vítejte

na stránkách věnovaných drátenictví. Cílem těchto stránek je jednak představit mojí **tvorbu**, kterou naleznete v [galerii](#) a také vytvořit **Drátenickou videotéku**. Naleznete v ní [videa o drátování](#), která mohou posloužit k inspiraci, učení, nebo jen k obdivování řemesla. V případě zájmu nejen o drátování výrobků na zakázku nebo **kreativní kurz**, prosím využijte sekci [Kurzy a kroužky](#) nebo [kontakt](#). Výrobky k zakoupení jsou dostupné na Fleru.

[Navštívit obchod na Fleru](#)

Zdroj: Vlastní zpracování

ÚČTAŘKA S KOLY DRÁTU

Přijde vám drátování a účetnictví nespojitelné? O opaku vás přesvědčí rozhovor s Michaelou Šimonovou, studentkou oboru Účetnictví a finanční řízení podniku na Ekonomické fakultě JU. Do života jí přišla nečekaná situace a ona pochopila, že by člověk měl dělat to, co ho baví. Proto začala realizovat svůj projekt – drátenický kroužek.

Jak jste se k drátování dostala?

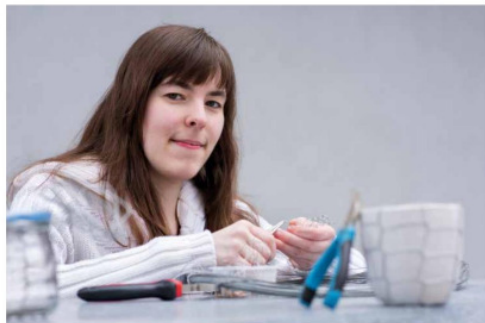
Byla to náhoda, jednou mi Ježišek přinesl knížku o drátování, i když jsem se mu nevěnovala. Půjčila jsem si malé kleště od bratra a z dílny kus drátu. Košíček se celkem povedl, zkusila jsem motýla, pak jsem si objednala z internetu dráty, a jak většího říkám, to jsem neměla dělat. (smích) Drátuju už šestým rokem.

Kdy přišla myšlenka pořádat drátenický kroužek?

Samotná myšlenka byla v hlavě už pár let, ale nepřikládala jsem jí takovou důležitost. Hlavně z důvodu, že se opravdu musí umět řemeslo, aby bylo co předávat, a proto takový nápad nebyl realizovatelný v začátcích. Doba ale pokročila a pak přišlo léto 2016, kdy se bohužel nenaplnily moje představy o pohodových prázdninách.

Co se v létě stalo?

Odpoledne ještě hladíte králíky, a ani ne za dvacet čtyři hodin ležíte na operačním



10

sále. Prodléla jsem nečekanou operaci pod narkózou a pak se z toho dlouho dostávala. Měla jsem dostatek času na přemýšlení. Pochopila jsem, že by člověk měl dělat to, co ho baví.

Využila jste čas k přípravě drátenického kroužku?

Využila jsem imobilizaci k tvorbě vlastních stránek, vybrala jsem si doménu dratenkov.cz a zaregistrovala. Promýšlela jsem koncepci kroužku i z pohledu podnikatele. Určila jsem si výrobky, propočítala si, kolik by mě stál materiál a jaké by byly další náklady. Uvědomila jsem si největší riziko – placení nájmu při malém vybraném kurzovním a počtu účastníků. Překvapivě to ale nebyl takový problém jako najít vhodné místo.

Oslavila jsem přes dvacet organizací, a z nich pouze tři odpověděly. Dojednávání prostor se proti plánu opozdilo, nakonec se mi ale podařilo si pronajmout menší místnost právě na univerzitě.

Měla jste obavy před první lekcí?

Nejistota tam byla, to nejde zapírat. Pomohla mi podpora ze strany studijní referentky Ekonomické fakulty Jiřiny Juřenové, která se také účastnila. Důležité bylo nasměrování účastníků, vytvářela jsem mapky, vyznačila trasu a byla na příjmu. Měla jsem připravenou velkou tašku s mnoha kleštěmi, dráty, korálky... A tu pak v dopomoci své spolubydličky vláčela na místo určené.

Jaká byla první lekce?

Moje spolubydličky to komentovala slovy: „Ty úplně záříš.“ Bylo to super. Potvrdila jsem si, že dokážu vést skupinu lidí, ač jsem s tím neměla velké zkušenosti. Přitom

účastnice to tak vůbec nevnímaly. Dovedla jsem je ke zdárnému konci – každá si vyrobila náušnice – a pak projevovaly až krásnou dětskou radost, že to dokázaly. To člověka nesukutečně nabíjí, naplňuje. I následující lekce se nesly v podobném duchu. Odrátovány jsme skleničku, vyrobily zápich do květináčce, věšák a další. Bylo to hlavně „dámská jízda“, i když na silnější drát by se mužské ruce určitě hodily.

Je náročné skloubit školu se svými zájmy?

Určitě. Ale aby člověk vydržel sedět nad účetnictvím, počítáním a ekonomickou

teorií, potřebuje někdy

utéci do jiného světa. A tak

uplatňuju teorii v praxi.

Živě si pamatuju, jak na mě

v bance zvláštně koukali,

když jsem chtěla účt už

před dosažením zletilosti.

Stejně tak pohled svých

rodičů, když mi bylo sotva

osmnáct a šla jsem si zařadit živnost. Byla

to ale dlouho plánovaná akce. Vedení daňo-

vé evidence, rizika a souvisující byrokracie

moc lidí o založení podnikání nepřesvědčí.

Ale má jednu zásadní výhodu – jste to vy,

kdo si udává tempo, podmínky. Nikdo za

vás práci neudělá, ale můžete dělat to, co

chcete.

Jaké máte plány do budoucna?

Jedna myšlenka souvisí s prezentováním zajímavé historie drátenictví, která zdaleka nebyla jenom o oplétání hrnčů. Ráda bych se také podívala do Považského muzea v Žilně se stálo expozici drátování.

A třetí nejzásadnější – pořádat dál drátenické kroužky, protože dělat v životě to, co člověka baví a pozitivně naplňuje, má největší smysl. ●

Text: Petr Štumpf

Foto: archiv Aleš Motejl

11