

Originální textilní výrobky

Bakalářská práce

Studijní program: B3107 – Textil
Studijní obor: 3107R007 – Textilní marketing
Autor práce: **Miroslava Suchánková**
Vedoucí práce: Ing. Hana Pařilová, Ph.D.



The original czech products

Bachelor thesis

Study programme: B3107 – Textil
Study branch: 3107R007 – Textile marketing
Author: **Miroslava Suchánková**
Supervisor: Ing. Hana Pařilová, Ph.D.



Technická univerzita v Liberci
Fakulta textilní
Akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Miroslava Suchánková**
Osobní číslo: **T13000455**
Studijní program: **B3107 Textil**
Studijní obor: **Textilní marketing**
Název tématu: **Originální textilní výrobky**
Zadávací katedra: **Katedra hodnocení textilií**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Proveďte rešerši o drobných textilních výrobcích a typu jejich prodeje
2. Navrhněte způsob prodeje vlastních výrobků
3. Ekonomicky zhodnoťte návrhy

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

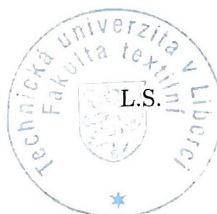
Švandová, Z. Úvod do marketingové strategie. Liberec : Technická univerzita v Liberci, 2005. ISBN 80-7083-918-X.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Hana Pařilová, Ph.D.**
Katedra hodnocení textilií

Datum zadání bakalářské práce: **29. června 2017**
Termín odevzdání bakalářské práce: **4. května 2018**



Ing. Jana Drašarová, Ph.D.
děkanka



doc. Ing. Vladimír Bajžik, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 15. února 2018

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

Poděkování

Ráda bych poděkovala paní Ing. Haně Pařilové Ph.D. za pomoc a vybrání téma pro psaní bakalářské práce a jejího vedení. Dále bych chtěla poděkovat své rodině, která mě během studia a tvorby této práce podporovala a povzbuzovala a všem těm, kteří mi věřili.

Anotace

Propagace řemeslné výroby a způsob jejího prodeje. Zjištění možnosti podnikání v řemeslné výrobě. Návrh způsobu formy prodeje, jak lze výrobky nabízet zákazníkům. Určení ceny, výběr materiálu a pomůcek pro řemeslnou výrobu a nalezení vhodné formy prodeje ručních výrobků.

Klíčová slova

Textilní průmysl, řemeslná výroba, živnost, prodej, ruční výrobky, zákazník, konkurence, materiál, cena, průzkum trhu.

Annotation

The promotion of handicraft production and the manner of its sale. Finding business opportunities in craft production. A proposal on how the forms of sales, how the products can be offer customers. The determination of prices, selection of material and aids in artisanal production and the appropriate forms of sales of handmade products.

Keywords

Textile industry, craft, trade, sale, handmade products, customer, competition, material, price, market research.

OBSAH

1. ÚVOD A CÍL	9
2. RUČNÍ VÝROBA	10
3. OBCHODNÍ STRATEGIE.....	13
3.1 ZÁKAZNÍCI – SEGMENTACE TRHU.....	14
3.2 KONKURENCE.....	15
3.3 MÍSTO PODNIKÁNÍ	17
3.4 NÁKLADY K ŽIVNOSTI	18
3.5 DAŇ Z PŘIDANÉ HODNOTY	19
3.6 SHRNUTÍ	20
4. VÝROBNÍ POMŮCKY A DOPLŇKY	21
4.1 POTŘEBY ŘEMESLNÍKA NA TEXTILNÍ PRODUKT	22
4.2 STANOVENÍ CENY PRODUKTU	22
4.3 URČENÍ MATERIÁLOVÝCH NÁKLADŮ ORIGINÁLNÍCH VÝROBKŮ	24
4.4 HODINOVÁ SAZBA PRO RUČNÍ VÝROBU	29
4.5 SHRNUTÍ	29
5. ZALOŽENÍ VLASTNÍ ŽIVNOSTI.....	30
5.1 ŽIVNOSTENSKÝ LIST.....	31
5.2 MOŽNOSTI PROVOZOVÁNÍ ŽIVNOSTI.....	32
5.2.1 KAMENNÁ PRODEJNA.....	33
5.2.2 PŘÍMÝ PRODEJ.....	35
5.2.3 E-SHOP, WEBOVÉ STRÁNKY	37
5.2.4 PRODEJNÍ PORTÁLY.....	37
5.3 POROVNÁNÍ NÁKLADŮ TYPŮ PRODEJE.....	39
5.4 SHRNUTÍ	39
6. VLASTNÍ NÁVRH PRODEJE.....	40
6.1 PRODEJ DOPLŇKOVÉHO SORTIMENTU.....	45
6.2 SHRNUTÍ	45
7. ZÁVĚR.....	46
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	47
SEZNAM OBRÁZKŮ	50
SEZNAM TABULEK.....	51
SEZNAM PŘÍLOH.....	51
PŘÍLOHA 1	52

1. Úvod a cíl

Hlavním cílem bakalářské práce je založení vlastní firmy se zaměřením na výrobu a prodej ručních textilních výrobků vlastní výroby, ale i možnost prodeje několika dalších originálních výrobků od dodavatelů dle konečného výběru formy prodeje. Navrhnout ekonomicky prodej vlastních ručních výrobků v různých formách. Dle zjištění vybrat a vyhodnotit nejvýhodnější formu prodeje řemeslné výroby.

Před vlastním návrhem je třeba zjistit současnou situaci výroby a prodeje řemeslné výroby. Je jasné, že řemeslné ručně vyráběné výrobky jsou časově náročné. Nejen pro originalitu výrobku, ale i díky požadavkům budoucích zákazníků. Je nutné zjistit na jaký trh a zákazníky budou tyto výrobky směřovány. Nadále bude provedena cenová kalkulace na výrobky vlastní výroby. Bude uvedena spotřeba materiálu, hodinová sazba a další aspekty pro výrobu výrobků.

Řemeslné textilní výrobky jsou oblíbené u určité skupiny zákazníků, jak při použití ručně pletených nebo háčkovaných soupraviček do porodnice pro miminko, tak vždy zaujmou ručně vyráběné výrobky, které odpovídají jistému stylu např. barvou, vzorem, materiálem tvarem a jsou předem určeny pro daný výrobek dle parametrů výrobce nebo kupujících. Vždy vyžadují tvůrčí schopnost, při které je nutno předložit vlastní originální návrh výrobku.

Dalším cílem bakalářské práce zjistit, zda nabídka prodeje ruční výroby pomocí e-shopu, přímým prodejem nebo kamenné prodejny je vhodná forma prodeje. Pomocí vyhodnocení vybrat nejvhodnější formu prodeje a zda vůbec na trhu mají tyto výrobky šanci na prodej pro zachování řemeslné výroby v tomto sériově výrobním procesu.

2. Ruční výroba

Ruční výrobky mají svůj osobitý styl a své příznivce. Ne každý je dokáže ocenit. Mezi řemeslné výrobky patří pletené, háčkované čepice a šály, dětské i dámské ručně vyráběné oděvy a doplňky. Ručně šité i háčkované kabelky s detaily, které podtrhují styl uživatele. Dále se mezi ruční výrobky řadí háčkované i šité hračky pro malé děti. Jsou vhodné pro nejmenší, protože jsou krásně měkké a neublíží. Dalšími řemeslnými výrobky jsou zajisté bytové doplňky. K zútulnění bytu poslouží dekorační pletená, šitá nebo háčkovaná textilie, aplikace, plédy, záclony a další výrobky.

Ruční práce řemeslných výrobků, budou vždy vyhledávané určitou skupinou lidí, kteří tento osobitý styl uznávají. Řada lidí těmto výrobkům zcela propadla nošením, zařizováním si útulného bydlení, ale i výrobou samotnou. U textilních výrobků se nejedná pouze o módní styl, jedná se částečně i o umění, zábavu zručných žen, ale také tyto výrobky mohou být předmětem podnikání. V poslední době jsou tyto výrobky určitým trendem, a proto je nutné zjistit, jaké výrobky, v jakém měřítku, za jakou cenu, v jakém prostředí jsou nabízeny.

Internetová stránka Flér – nabídka a prodej uměleckých výrobků nabízí internetová stránka Flér. Krom nabídky vlastních ručních prací jsou zde uvedeny i nabídky různých kurzů nebo návodů na domácí výrobu drobných předmětů, ošacení nebo doplňků. Na Flér lze i diskutovat o možném prodeji: „Dobrý den, začínám s flérem a zajímalo by mě, jak rozjet svůj obchůdek s vlastními výrobky. Dříve jsem byla na fléru pouze jako kupující a teď jsem se rozhodla prodávat nejen mezi svými známými, ale i zde. Máte nějaké nápady, co vše mám pro to udělat, abych mohla nabízet své výrobky, co vylepšit popřípadě změnit?“. [1] Flér zprostředkovává prodej mezi mnoha výrobci a mnoha zájemci. Flér pomáhá výrobcům s prodejem drobných uměleckých předmětů tím, že umožní jejich zveřejnění na stránkách.

Knih „Textilní dovednosti“ autorka Jana Steinerová uvádí několik z nejoblíbenějších řemeslných výrobků textilní dovednosti, pletení, háčkování, prošívání, plstění. U všech těchto dovedností je uveden základní postup s obrázky, s materiálem a pomůckami, které jsou potřeba pro výrobu pleteného, háčkovaného, plstěného a prošívaného výrobku. Kniha je vhodná jak pro začátečníky, tak pro textilní tvůrce, kteří si chtějí rozšířit své dovednosti a zkušenosti. Dále je zde uvedeno 54 zajímavých návrhů na pletení, háčkování, prošívání a plstění. [2] Jelikož i tyto výrobky by měly být zahrnuty do sortimentu v provozované činnosti, je možno najít pomoc k výrobě dalších ručních výrobků.

Lena Fuchsová „Pleteme čepice, šály, rukavice nápady pro celou rodinu“ uvádí, jak si vytvořit módní kousek do šatníku dle vlastních nápadů a vhodných barev, které v obchodě nejsou k sehnání i když je nabízen velký výběr. Každý člověk má své oblíbené barvy, vzory, ze kterých si vytvoří svou oblíbenou čepici, šálu, svetr, či tašku. Kniha nabízí návody na rukavice, které jsou doplněny obrázkovými postupy.[3] Zamýšlená provozovaná živnost bude zaměřena hlavně tímto směrem, čepice a šály nejen že zahřejí, ale jsou i módním doplňkem. Z této knihy lze čerpat mnoho inspirací pro budoucí nabízené výrobky.

V publikaci pro ženy „Pletené doplňky od hlavy až k patě“[4] autorka uvádí mnoho možností na vzorování ručně pletených ponožek. Jsou zde i barevné obrázky motivů na pletení dalších doplňků, jako jsou např. čepice, šály, rukavice a další. V této publikaci jsou uvedeny i podrobné návody na zhotovování těchto textilních výrobků.

Podle této publikace lze postupovat při výrobě výtvarné techniky „Malby na hedvábí“ která uvádí, jak malovat na hedvábí. Historii výroby hedvábí, také jednotlivé techniky, které se používají. Příkladem je Akvarelová technika, kde byly motivy z každodenního života přenášeny na vějíře, kimona nebo paravány. Podstatou této techniky je malba na vlhké hedvábí jemných do sebe postupujících barevných odstínů na pozadí. V popředí se nachází propracované detailní malby bez ohraničujících linek. Další známá technika tzv. Batika, u níž je používáno vosku, který se postupně ochraňuje před dalším obarvením buď bílé, nebo barevné barvy na plochu textilií.[5] Je zde ukázáno obrázkově několik postupů, technik i finálních výrobků. V knize se naleznou inspirace na výrobu šperků, obrázků, oděvů, kde byla použita tato technika. V zamýšlené nově provozované živnosti se počítá s možností prodeje výrobků vyrobené touto technikou

Ruční textilní výrobky mohou být pletené, háčkové, šité, plstěné a z mnoha dalších typů zpracovatelských metod. Mezi tyto nejvíce patří oděvní výrobky, které ráda nosí určitá skupina lidí. Jedná se o skupinu lidí, kteří se chtějí odlišit od ostatních a vyznávají určitý styl života. Dále mezi ruční výrobu jistě patří výrobky do domácnosti. Jejich originalita není vhodná do každého interiéru, ale opět jsou jistě nedílnou součástí útulného bydlení těch, kteří vyznávají jednoduchý styl spjatý s tradicí. Také do skupiny řemeslné textilní výroby jistě patří ozdobné výrobky (viz obr. 1 a 2) a doplňky.



Obrázek č. 1- Postup háčkované kytky

Obrázek č. 2 – Barevné háčkované kytky

Na obrázku č. 1 je znázorněn postup háčkované barevné kytky. Jsou zde použity krátké a dlouhé sloupky a celá aplikace kytky je spojena modrými řetízkovými oky. Obrázkový postup je vhodný pro začátečníky, kteří s ruční výrobou začínají.

Na obrázku č. 2 jsou názorně vybrané barevné háčkované doplňky vhodné na dětské čepice a další oděvy. Také je lze využít jako dekoraci na bytové doplňky, které změni styl bydlení.

Nejčastějším ručním textilním výrobkem jsou výrobky, kam patří čepice, šály, svetry, ozdoby vyrobené pletářskou technikou. Zátěžná pletenina je typická pro řemeslnou výrobu. Zde je výběr z mnoha pletenin a vzorů, které splňují charakter určité části výrobku. Příkladem je štruková jedolící pletenina, která je svojí vazbou velmi pružná a tím je vhodná na náplety rukávů, ukončení čepic i samotných šál. Nejčastější pletenina vhodná na pletené oděvy i výrobky je jedolící zátěžná pletenina.

Na obrázku č. 3 je základní pletení. Jedná se o zátěžnou pleteninu jedolící.



Obrázek č. 3 – Jedolící zátěžná pletenina

Ruční výrobky jsou vnímány každým kupujícím odlišně. Jedná se o oblíbené barvy, vzory, materiály, tvary, střihy. Předpokladem je, že se bude navrhovaný obchod zabývat převážně prodejem, výrobou oděvů a oděvních doplňků. Záměrem prodeje i výroby bude individuální přístup k budoucím zákazníkům.

Po dohodě se zákazníkem bude možnost vytvořit návrh s jeho požadavky na daný typ výrobku dle jeho představ a parametrů. Jistě je každý spokojen v ošacení, které se mu líbí a je pohodlné. Každý člověk dává přednost něčemu jinému. Někdo má rád teplé barvy, někdo barvy přírody. Někdo zase nosí vyzývavé modely v křiklavých barvách, další dávají přednost co se právě nosí, co je IN. Druzí zase klasiku, která je osvědčená a pro ně samotné i pohodlná. Jiní hledají inspirace v časopisech, na přehlídkách, na televizních obrazovkách, na internetových stránkách. Pro některé je inspirace i v obchodě, u kamarádky, v zaměstnání. Zákazník má určitou představu o ručních výrobcích čepice a šály, kterými by se rád odlišoval od ostatních uživatelů. Vlastní návrh klienta by podtrhoval kombinaci barev, vzorů, tvaru nebo materiálového složení. Po dohodě s výrobcem bude vědět, zda je možno výrobek vytvořit dle jeho požadavku. Pomocí náčrtu výrobce vytvoří návrh, který bude zákazníkovi vyhovovat. Bude to tzv. „ušité na míru“. Zákazník si bude jist, že v takovém modelu jistě dalšího nepotká, výrobek tedy bude originální, jedinečný. A to je hlavním smyslem výroby a prodeje ručních textilních výrobků.

3. Obchodní strategie

Obchodní strategie je nedílnou součástí každé firmy, vymezení stanovených cílů a cest jak jich má být dosaženo. Strategie specifikuje cíle a způsoby, jak jich dosáhnout v rámci marketingového mixu.

Mix obsahuje proměnné: product, price, place, promotion, people, proces, planning. Pro tyto proměnné by každá firma měla vytvořit analýzu, s obsahem strategických cílů, kterých chce firma dosáhnout.[6] Pro strategii podniku slouží vize a poslání podniku, které mohou identifikovat důležité klíčové hodnoty k vytváření budoucnosti provozované živnosti.

Cílem založení živnosti s výrobou a prodejem vlastních textilních výrobků – „je žádoucí stav, jehož má být v určité budoucnosti dosaženo a který lze měřit příslušnými kvantitativními nebo i kvalitativními ukazateli“ ne vždy je tomu tak učiněno.

Vize – určuje hlavní směry rozvoje podniku, filozofii, která odráží základní míry a hodnoty. Vytyčuje konec toho, kam bychom měli v podnikání uspět. Vizi budoucího

zamýšleného podnikání v textilní výrobě a jejího prodeje, který je cílem této bakalářské práce, je: Originálně a na míru vyrobeno pro každého.

Poslání výroby a prodeje ručních výrobků: Nabídnout každému výrobek, dle vlastního výběru co podtrhuje jeho životní styl. Poslání doplňuje podnikovou vizi, odpovídá konkrétně na otázky, které směřují k danému cíli.

- Čeho chceme dosáhnout?

Hlavním cílem bylo vytvořit originální výrobky, které si zvolí každý zákazník individuálně, dle vlastních požadavků a přání.

- Kam bychom se chtěli dostat?

Přání nabídnout budoucím zákazníkům široký sortiment textilních výrobků, které by byly ozdobou jejich šatníku.

- Proč tu jsme?

Jsme tu z důvodu, zavést zpět tradici ručních textilních výrobků, které dodávají osobitý styl a jedinečnost daného výrobku oproti sériové výrobě, kterou nalezneme všude kolem nás.

- Jak zaujmout?

Dobře prezentovaný výrobek je polovina úspěchu k prodeji. Zvolit vhodnou formu propagace.

- Na jaký trh se soustředit?

Díky oděvním doplňkům jako jsou šály, čepice, rukavice je zapotřebí se zaměřit na ženy, dívky, děti, které tyto produkty rády nosí a nakupují.

- A další otázky, které jsou pro každého jinak prioritní

Pro poslání firmy jsou kladeny otázky, které stanovují smysl podnikání, zaměření podniku, základní pravidla a odborné znalosti. Pro každého obchodníka, který bude stanovovat poslání a cíle své firmy, budou otázky směřovány určitým směrem. Jsou kladeny v oblasti, která je spjata s oborem podnikání. Otázky by měly naplňovat vize očekávaného záměru v provozované živnosti, kterých bude dosaženo.

3.1 Zákazníci – segmentace trhu

Součástí strategie firmy je segmentace trhu – tvoří ji skupina zákazníků, kteří mají stejné nebo podobné potřeby.

Výběr zákazníka je velice důležitý z hlediska prodeje a další spolupráce.

Dle výrobků bude prodej zaměřen na určitou skupinu lidí, prostřednictvím propagace.

Segmentaci trhu je nutno zjistit pomocí podpory prodeje, přímé nabídky a osobního prodeje.

Velice důležitá jsou demografická hlediska, jakými jsou např. věk, pohlaví, rodina. Dalšími důležitými faktory jsou socioekonomická hlediska, kam patří povolání, vzdělání, příjem

rodiny. Náboženství, národnost a rasa spadá do etnografického hlediska, která je také velmi rozdílná.

Jiným hlediskem je věrnost značce. Někteří zákazníci zůstávají stále u jedné značky a o jinou nemají zájem. Jedná se hlavně o styl, který značku vyznačuje. Např. značka KAMA je zaměřena na pletené čepice s goretexovou membránou.

Motto značky Kama zní: Naše výrobky jsou nejen kvalitní a originální, ale měly by přinášet i dobrý pocit.

Vzhledem ručních textilních výrobků, by bylo vhodné se zaměřit na ženy s dětmi, mladé slečny i starší dámy. Tato skupina ráda výrobky nakupuje, nosí a ocení nejvíce. Zaměřit se také na zákazníky, kteří se chtějí odlišovat od druhých. Nosit to co opravdu chtějí, co podtrhuje jejich styl života a vypovídá o jejich osobnosti. Nebýt ovce, co nosí stejné oblečení, jako desítky někdy i stovky lidí, kterým je nabízeno zboží v obchodech se sériovou výrobou vyrobené v „Made in China“.

3.2 Konkurence

Pokud se má uspět s prodejem výrobků, je zapotřebí dobře rozumět konkurenčnímu prostředí trhu, reagovat na změny, cenu, potřeby zákazníka a další aspekty. Konkurence jsou všichni ostatní, kteří nabízejí podobné produkty. Konkurence může být přímá a nepřímá.

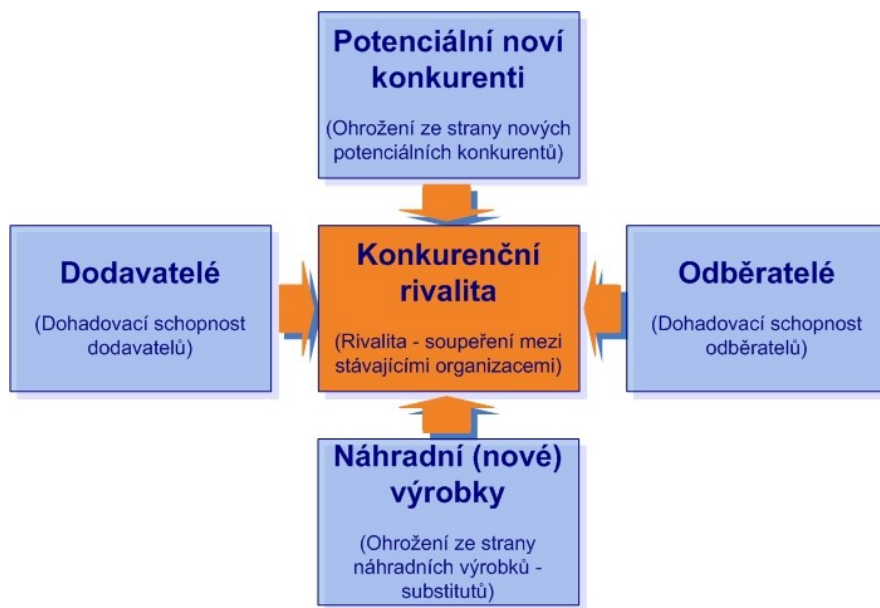
Konkurence přímá - nabízí stejné nebo podobné výrobky = konkurující podniky v odvětví. Zde je zapotřebí získání lepší pozice, správného výrobku, ceny, místa, odlišení od stávajících nabízených produktů, nízkých nákladů, dostupnost zákazníků i dodavatelů.

Konkurence nepřímá - nabízí jiné, odlišné produkty, ale naplňují stejnou nebo podobnou potřebu pro daného zákazníka.

Ke správnému chodu a ziskovosti firmy je zapotřebí stále shromažďovat data o konkurenci.

Ke zjištění konkurence slouží sběr informací. Porovnání silných a slabých stránek konkurenta (swot analýza). Očekávaných zdrojů, strategie a cíle konkurenta.

Nejznámější „Model pěti konkurenčních sil“ od M.E. Portera z Harvard School of Business Administratic, viz obr. č. 4. pracuje s pěti prvky. Jeho principem je prognózování vývoje konkurentů ve zkoumaném odvětví a odhad chování ostatních výrobců na daném trhu nebo hrozby podniku z jejich strany. Každá firma by měla zjistit, jak velký vliv mají tyto síly na její činnost, a jak se bránit vůči těmto silám.[7]



Obrázek č. 4. Porterův model pěti konkurenčních sil

Konkurence s ruční originální výrobou se v současnosti nenajde na trhu v takovém měřítku jako sériová výroba a proto je konkurence menší než v ostatních textilních odvětvích. Vztah dle obr. č. 4.

Vstoupit na trh v daném odvětví jako konkurence je vůči malému množství prodejců se stejnými produkty málo rizikové. Jedinou bariérou vstupu na trh jsou finance. Jako malý živnostník s ruční výrobou kusových výrobků. Nemá tolik prostředků na propagaci a možnost nižších cen. Nemá větší objem kusů k prodeji a velikosti nabídky než ti, kteří již na trhu působí déle. Působící prodejci mají své stálé zákazníky a dobré jméno. Právě z tohoto hlediska nejsou ohroženi novým konkurentem.

Konkurenční rivalita ve výrobě a prodeji řemeslné výrobě není veliká. V každém městě v současné době existuje jen několik malých prodejců v tomto odvětví, a tak rivalita mezi nimi nemůže ohrozit existenci ostatních prodejců. Jestliže, ale některý z nich nabídne nižší cenu za podobný výrobek s podobnou službou, tak se pro ostatní ve městě popř. na internetových stránkách stává konkurencí.

Pokud kupující poptávají nižší cenu a požadují vyšší kvalitu, mohou se stát hrozbou. U ručních výrobků je už tak cena nízká, pokrývá pouze náklady a malou marži, tak když by měla jít ještě níže, stal by se výrobek neziskový. Náklady by nebyly pokryty a pro firmu by toto vedlo k ukončení podnikání.

Náhradní výrobky jsou další silou Porterova modelu. Viz obr. č. 4. Jedná se o blízké substituty, výrobky které se dokáží funkčně nahradit. U ruční výroby se výrobky dají

samozřejmě nahradit sériovou výrobou s nižší cenou. Ruční výrobky jsou originální a jsou specifické pro určitou skupinu lidí. Tyto skupiny lidí dávají přednost dražším originálním výrobkům oproti ostatním.

Jestliže síla dodavatelů roste a zvyšují se ceny na pořízení materiálu, je zde reálná hrozba zvýšení ceny konečného produktu, nebo jeho kvality. V odvětví s ručními textilními výrobky se jedná o nepříjemnou situaci a v některých případech vede k ukončení podnikání.

3.3 Místo podnikání

Dalším aspektem je správné zajištění místa, kde výrobky zákazníkům prodávat. Samozřejmě nejlepší varianta je kamenná prodejna, kde si zákazník výrobek prohlédne, osahá, vyzkouší, poptá se na materiálové složení a další informace o produktu. Ale varianta kamenné prodejny je nákladná. Na zajištění prostoru v dostupné lokalitě, která by byla pro klienta dobře přístupná. Prodejna přináší jistě vyšší náklady na nájem a spotřebu energie než prodej z domova. Dále bude nutno do provozovny zaměstnat prodejní sílu, kde vzniknou další náklady na mzdu. Veškeré náklady spojené s prodejnou se pravděpodobně odrazí v ceně výrobku. Budou dražší a stanou se i neprodejnými.

Proto se většina řemeslníků vlastní výroby uchyluje k prodeji přes webové stránky, kde z pohodlí domova bez ostatních nákladů své výrobky nabízejí k prodeji. Dle mého úsudku je to nejvíce rozšířenější forma prodeje řemeslné výroby. Výrobky jsou zákazníkovi nafoceny, změřeny, popsány, také je zde možnost výběru barev. Pro zákazníka je nabídka dostačující. Na webových stránkách se nalezne velké množství těchto prodejců, takže konkurence je a proto je zapotřebí nabídnout zákazníkovi něco odlišného. Výrobky se musí odlišovat v ceně, doplňkových akcích, detailech i materiálového složení.

Dále si zákazník po dohodě s prodejcem může objednat individuální typ výrobku dle jeho požadavků. Žádná sériová výroba nedokáže zákazníkovi nabídnout službu, kde si zákazník určuje barvu, materiál, vzor a jiná specifika. Proto je mezi určitou skupinou lidí ruční výroba oblíbená.

Další možností je účast na různých bazarech, trzích, akcí konaných na místech v určitých termínech. Zde je zákazníkům zboží nabízeno přímým prodejem, kde si mohou výrobek odzkoušet, osahat i popř. domluvit koupi jiného výrobku. Takovéto akce jsou pro některé lidi velice vyhledávané, pro jejich bohatý výběr z nečekaných kousků do šatníku, ale i možnosti na tomto místě smlouvat o ceně. Je to pro ně adrenalin z nakupování. Náklady pro prodejce jsou minimální, jelikož se jedná o nárazové prodeje, které jsou několikrát do roka.

Zaplacení místa a dopravy bývají malé, nevznikají mzdové náklady. Každý prodejce si rád své výrobky nabídne sám. Na takovýchto akcích je možné seznámení s určitými lidmi (zákazníky, dodavateli, odběrateli...), se kterými by byla možná v budoucnu spolupráce.

3.4 Náklady k živnosti

„Živnost je výdělečná činnost, za dosažením zisku, za určitých podmínek, které stanovuje zákon. Je spjata s určitými náklady, s kterými se jako živnostník setkáme. Setká s zřizovacími výdaji, které budou vynaloženy před zahájením podnikání. Takové náklady, které budou zapotřebí na výrobu, na pořízení zásob, zálohy pro místo podnikání (nájem, energie), poplatek za živnostenské oprávnění, náklady na dopravu, náklady spojené s reklamou a další. Vždy musí jít o výdaje daňově uznatelné. Uplatňují se v prvním roce podnikání zaevidované v daňové evidenci“.[8]

V další řadě to jsou náklady sociálního a zdravotního pojištění, daň z příjmu, DPH, mzdové náklady, finanční náklady a náklady provozní. Tyto náklady jsou spojeny po celou dobu s provozováním živnosti.

Tabulka č. 1 Obecné budoucí náklady živnostníka

Zřizovací náklady	Mzdové náklady	Provozní náklady
Výroba a pořízení zásob	Daň sociálního a zdravotního pojištění	Celkové náklady spojené s podnikáním
Zálohy (energie, nájem,..)	Daň z příjmu	Materiální náklady, náklady za službu
Poplatek za živnostenské oprávnění	DPH	Odpisy, osobní náklady, rezervy
Náklady na reklamu, dopravu, auto	Finanční náklady (úroky, manka,...)	Daně a poplatky

V tabulce č. 1 jsou uvedeny obecné náklady spojené se založením živnosti a také náklady spojené s provozováním živnosti. Nejprve jsou vždy zřizovací výdaje, které souvisí se založením živnosti. Při založení a provozování živnosti jsou nadále nutné mzdové náklady, kterým se živnostník nevyhne v žádném případě a v neposlední řadě se jedná o provozní náklady, které se budou odvíjet od zvolené formy výroby a prodeje vlastních výrobků. U mzdových výrobků se setká živnostník s 11% sazbou sociálního pojištění a se 34% sazbou zdravotního pojištění. V Česku je daň z příjmu fyzických osob 15%. Daň z příjmu právnických osob činí 19%.

Jestliže se nejedná o provozování činnosti za předpokladu založení živnosti, tak se dá těmto nákladům vyhnout. Dá se zde ušetřit na poplatcích vstupních jako je poplatek živnostenskému úřadu, provozních nákladů, záloh za energii a nájmu při výrobě doma. Mzdové náklady také ušetří, jestliže bude činnost provozovat jako vedlejší k pracovnímu poměru. DPH odvádět státu také nemusí. Čemu se ale výrobce nevyhne, je pořízení materiálu na výrobu svých výrobků. Vlastní automobil za těchto podmínek nelze odepisovat.

3.5 Daň z přidané hodnoty

Při založení živnosti nastává otázka, zda se stát plátcem nebo neplátcem daně z přidané hodnoty (DPH). Takto se může podnikatel stát plátcem dobrovolně nebo povinně. Dle zákona č. 235/2004 Sb. o dani z přidané hodnoty, je každý podnikatel povinný platit daň z přidané hodnoty, jestliže provádí ekonomickou činnost a v předcházejících 12-ti měsících vykázal obrat více jak 1 milion korun českých. Dále též kdo poskytuje službu v rámci území Evropské unie.

K identifikaci takového plátce slouží identifikační číslo tzv. DIČ, které obdrží od příslušného finančního úřadu. Dle něj je vidět, kdo platbu uhradil.

Sazby Daně z přidané hodnoty jsou:

- Základní sazba - 21% uplatňuje se při většině prodeje zboží a služeb
- Snížená sazba - 15% uplatňuje se na teplo, zboží a služby uvedené v zákoně o DPH.
- Druhá snížená sazba - 10% uplatňuje se na zboží a služby uvedené v zákoně o DPH.

Sazby pro sníženou a druhou sníženou sazbu jsou uvedeny v zákoně o DPH.[9]

Výroba a prodej ručních výrobků dle daně z přidané hodnoty spadá pod sníženou sazbu 15%.

Kdy být plátcem daně z přidané hodnoty:

Výhoda platby daně z přidané hodnoty je pro podnikatele v případě, kde většina jeho zákazníků jsou také plátcí. Pokud ale plátcí nejsou, není vhodné být plátcem daně, protože ji stát jako neplátcům nevrátí.

Dále je vhodné být plátcem daně z přidané hodnoty, pokud se zabývá prodejem, vlastní výrobou a nakupuje suroviny od plátců daně, tím pádem si může daň odečíst. Proto většině živnostníků po odvodu zůstane větší marže.

Dále se vyplatí být plátcem, pokud se v budoucnu chystá obchodník proniknout na zahraniční trh a nakupovat od zahraničních dodavatelů. Nákup je možný bez daně z přidané

hodnoty, sice se uvede, ale poté se odečte. Ve skutečnosti znamenají nižší vstupní náklady.[10]

Pro provozování malé živnosti s řemeslnou výrobou se jistě plátcem daně z přidané hodnoty lze vyhnout, poněvadž obrat 1 milion za rok se v tomto odvětví nestává. Jedná se spíše o zachování české tradice spojené s rukodělnou výrobou a láskou k tvoření. Ceny za ruční výrobky jsou mnohdy tak nízké, že pokryjí pouze náklady na výrobu a zisk je pro výrobce uspokojující. I zákazníci, kteří ručně vyrobené originální výrobky vyhledávají budou raději, aby se jejich cena nenavýšila díky dani z přidané hodnoty.

Elektronická evidence tržeb se týká všech prodejců a poskytovatelů služeb, kteří přijímají platby: v hotovosti, kartou, šekem a způsoby, které nahrazují peníze (stravenky, poukazy,...).

Jejím účelem je omezit krácení daní. Pro první firmy začala EET platit od prosince 2016. Elektronická evidence se netýká plateb uskutečněných převody z účtu na účet, inkasem a jednorázovými platbami (přebytky, nájem,...).

Jelikož zavedení EET se zatím týká stravovacích a ubytovacích služeb, dále budou EET nuceni využívat další odvětví, která jsou stanovena. Nakonec i řemeslná výroba by měla elektronickou evidenci využívat a to od poloviny roku 2018. Protože se tato skutečnost řemeslné výroby momentálně netýká, není tato problematika v práci dále rozvedena.

3.6 Shrnutí

Nejdůležitější strategií firmy je mít cíl, vizi a poslání, které je zapotřebí v budoucnosti dosáhnout a řídit se jimi. Cílem založení živnosti s ruční výrobou textilních výrobků a jejich prodejem je uspokojit určitou skupinu lidí, kteří tuto výrobu upřednostňují před sériovou výrobou. Zajistit dostupnost zákazníkům si tyto výrobky zakoupit, odzkoušet, objednat dle vlastních požadavků. Nabídnout cenu, která bude pro zákazníky přijatelná, pro výrobce a prodejce bude přinášet zisk. Vizi budoucího zamýšleného podnikání v textilní výrobě a jejího prodeje, který je cílem této bakalářské práce, je originálně a na míru vyrobeno pro každého. Poslání výroby a prodeje ručních výrobků je nabídnout každému výrobek, dle vlastního výběru co podtrhuje jejich životní styl. Výroba a prodej originálních výrobků, které si zvolí každý zákazník individuálně, dle vlastních požadavků a přání. Dalším posláním je zavést zpět tradici ručních textilních výrobků, které dodávají osobitý styl a jedinečnost daného výrobku oproti sériové výrobě. Díky zjištění konkurenčního prostředí dle

M.E.Portera, které je pro firmu klíčové hledisko bylo zjištěno, že výrobci a prodejci s ruční originální výrobou se v současnosti nenajdou na trhu v takovém měřítku jako sériová výroba, a proto je konkurence menší než v ostatních textilních odvětví. Dále je nutné eliminovat co nejnižší zřizovací náklady, náklady na provoz, distribuci, komunikaci a výrobu produktů. Proto by bylo vhodné tyto výrobky nabízet pomocí webových stránek, přímým prodejem, účastí na jednorázových prodejních akcích, kde náklady na provoz budou minimální. Malé živnosti s řemeslnou výrobou se jistě plátcí daně z přidané hodnoty nestanou, poněvadž obrát 1 milion za rok se v tomto odvětví nestává. Jedná se spíše o zachování české tradice spojené s rukodělnou výrobou a láskou k tvoření.

4. Výrobní pomůcky a doplňky

Textilní zboží, výrobky jsou produkty vyrobené z přírodních, živočišných, chemických, různých jemností, pevností, zákrutů, délek. Textilní zboží je dále rozlišeno dle technologických postupů, struktur, vlastností, zpracováním a hodnocení. Důležité jsou pomůcky, které se používají při výrobě textilního výrobku. Nejčastějšími pomůckami jsou pro pletené a háčkové výrobky jehlice a háčky různých velikostí, nůžky, krejčovský metr. Dále sem patří tzv. tvrdá galanterie, kam se řadí jehly, špendlíky, skřípce, nitě, náprstky a další, které se použijí při výrobě textilního výrobku. Při ruční výrobě textilního výrobku je zapotřebí doplnit tento produkt určitým doplňkem jakými jsou nášivky, kterými lze výrobek dozdobit. I těchto je velké množství druhů, jako nažehlovací, našívací, připínací z různých typů materiálů a efektů. Dnešním trendem jsou hlavně doplňky bezpečnostní. Tyto jsou použity hlavně pro děti, aby byl řidič upozorněn na pohyb na silnici v dostatečné vzdálenosti a zabránil tak střetu s ním. Další skupinou doplňků jsou aplikace vytvořené flitry, glitry, kamínky, které jsou použity na detaily oděvu a odráží tak symboliku a styl majitele oblečení. Ozdobným prvkem je malování obrázků, kterými se dají zkrášlit ruční výrobky. Na tyto slouží speciální barvy na textil, které lze zakoupit v papírnictví a uměleckých potřebách. V dnešní době je oblíbené tzv. malování na hedvábí. Barvy se nanášejí na čistě hedvábné textilie, jakými mohou být např. ponžé, žoržet a jiné čistě hedvábné tkaniny. Ty jsou upevněny do dřevěného rámu. Pro malování jsou nutné vhodné barvy. Barvy se nanášejí technikami jako je batik, akvarelová technika a další.

V připravované živnosti s výrobou a prodejem vlastních ručních výrobků, které budou nabízeny zákazníkům by bylo vhodné se zaměřit i na řemeslné výrobky od jiných dodavatelů v případě živnosti v kamenné prodejně. Jednalo by se o textilní výrobky, kterými jsou bytové

doplňky (polštářky, patchwork), náramky přátelství, malba na textil, textilní hračky, háčkové dečky, korálkové šperky (dutinky) a další. Všechny jmenované výrobky by byly vhodné pro prodej zvolený formou nabídky v kamenné prodejně nebo na e – shopu. Výhodou bude snadné rozšiřování sortimentu. Pro prodej přímou nabídkou a na internetových prodejních portálech, bude nabídka pouze vlastní výroby. Vlastní výrobky a jejich stanovení ceny uvedeny v kapitole 4.3.

4.1 Potřeby řemeslníka na textilní produkt

Na výrobu ručních textilních výrobků jsou nejčastěji používány pletací příze, tkaniny a galanterní potřeby. Záleží, o jaký typ výrobku se jedná, jaký účel a vlastnosti má splňovat. Vlastnosti jsou dány tvarem, vazbou, materiálem, úpravou, konstrukcí. Patří mezi ně: Tažnost, splývavost, pevnost, všeobecně komfort textilií. Každý z těchto výrobků musí splňovat účel, pro který byly vyrobeny.

Nákladem se rozumí cena, pletací příze, příze k háčkování, délkové textilie, metrového textilu od dodavatele. Dají se koupit v kamenných prodejnách i na internetových stránkách, kde je větší možnost nabídky barev a motivů. Snížit cenu lze, jestliže obchod nabízí akce, slevy nebo výprodeje sezónních produktů. Dalším nákladem je cena pracovních pomůcek, které jsou zapotřebí při vlastní výrobě výrobku. Jedná se o jehlice různých velikostí a typů, dřevěné nebo plastové, rovné, dělené nebo kruhové. Podle způsobu pletení. Háčky v různých tloušťkách a z materiálů jako jsou dřevěné, kovové, niklové, plastové. Háčky s rukojetí i rovné. Jehly klasické pro ruční šití nebo pro strojové šití. Dle tvaru jehly rovné, obloukové. Jejich velikost (jemnost) je dána průměrem těla jehly, délkou a typem špičky. Nítě přírodní, bavlněné, syntetické, polyamidové, viskózní. Nítě jádrové, které se hodí na ruční i na strojové šití. Další nezbytnou pomůckou jsou špendlíky, zdrhovadla plastová, kostěná, dělená, a další.

4.2 Stanovení ceny produktu

Stanovení ceny je pro zákazníka tím nejdůležitějším faktorem při koupi. Cena by měla odrážet hodnotu výrobku i benefity spojené s ní. Cena výrobku se tvoří na střetu nabídky a poptávky. Způsobů stanovení ceny je několik.

- na základě nákladů,
- na základě poptávky,
- na základě konkurence,

Nejjednodušší forma ceny je nákladová orientovaná tvorba.

Vychází z kalkulace úplných nákladů na výrobu produktu, či služby. Přičte se očekávaná zisková přírážka (marže). Její výhodou je přehlednost a jednoduchost v číslech. Pravidla stanovení ceny jsou jasná, přehledná a prodejce může kalkulovat se ziskem u každého konkrétního typu výrobku. Problémem při stanovení ceny výrobku nákladovou metodou spočívá v tom, že každý prodejce nastaví určitou cenu výrobku, aniž by si uvědomoval, zda jsou zákazníci tuto cenu ochotni zaplatit za daný výrobek.[11]

V případě živnosti s ruční výrobou by tato varianta stanovení ceny byla nejméně výhodnější. Cena by byla stanovena náklady spojené s výrobkem. Plus marže, kterou každý obchodník očekává.

Další tvorba ceny je poptávková orientovaná tvorba.

U poptávané ceny je základem to, za jakou cenu zákazník vnímá hodnotu výrobku. Zde je nutné přesné zjištění názoru kupujících na hodnotu z požitku daného výrobku.[11]

U této varianty tvorby ceny je zapotřebí zjistit hodnotu výrobku pro kupujícího. U ruční výroby a jejího prodeje, ne každý zaplatí skutečnou cenu vyhotoveného výrobku, byť je dle jeho představ. Ale jsou i tací, pro které je ruční výroba vyhledávaná a proto jsou ochotni za výrobky zaplatit vyšší cenu, než u podobných výrobků sériové výroby.

V poslední řadě se stanovuje konkurenčně orientovaná cena.

U této metody se bere v potaz cena, která se odvozuje od úrovně cen účtovaných konkurencí. Zjišťuje se průměr konkurenčních cen, provede se analýza SWOT a poté se stanoví cena buď vyšší, nebo nižší pod konkurenčním průměrem.[11]

Výroba a prodej řemeslných výrobků je obor, kde je konkurence v malém měřítku. Tudíž je dobré zjistit cenu konkurence. Je jasné, že ostatní výrobce ručních výrobků bude těžké posuzovat s vlastní výrobou. Záleží na typu nabídky prodeje, ceny a velikosti objemu produkce jejich výrobků. Poté se rozhodnout zda bude cena určena vyšší nebo nižší pro získání nových zákazníků.

Při stanovení ceny výrobku, by bylo vhodné metody kombinovat, i když ne vždy je to snadné a výhodné. Je třeba si uvědomit, že cena je jediným zdrojem zisku a vše ostatní jsou náklady na výrobek s ní spojené.[11]

Kombinace metod stanovení ceny u výroby a prodeje ručních výrobků není výhodná. Dle poznatků při stanovení ceny této práce je patrné, že cena za výrobek je určena náklady a to ještě ne v takové výši, která by výrobcí přinášela zisk.

Náklady jsou spojené s tvorbou ceny tím, že určují spodní hranici ceny, při které je výroba rentabilní. Tyto by ale nebylo vhodné vůči výši nákladů přeceňovat, poněvadž s nimi cena souvisí nepatrně. Hlavním vztahem je zde nabídka a poptávka.[11]

Poptávka je pro originální výrobky velice důležitá. Většinou jsou zákazníci ochotni zaplatit stanovenou cenu výrobku, na které se předem s výrobcem dohodnou. Náklady jsou v ceně zahrnuty, ale ne vždy v takové výši jaké by si prodejce přál.

4.3 Určení materiálových nákladů originálních výrobků

V zamýšlené živnosti bude především prodej ruční výroby pletených a háčkových čepic, šál, nákrčníků. Dále výroba našivaných flitrových, korálových aplikací vhodných na výzdobu triček, bun, šál a čepic, které budou individuálně vyráběny dle požadavků zákazníka. Cílovou skupinou budou malé děti, maminky a babičky.

Při výrobě ručních textilních výrobků je zapotřebí si nejprve určit cenu, za kterou se každý výrobek bude prodávat. Důležitým faktorem při stanovení ceny je psychologické vnímání ceny produktu. Při individuální výrobě produktu (určení barvy, velikosti, motivu, materiálu, střihu) je pro zákazníka ukazatelem, že je ochoten zaplatit vyšší cenu. Výrobek je přesně dle jeho představ a požadavků. Pletené výrobky, do kterých patří pletené výrobky, jako jsou čepice, čepice s bambulí, dlouhá šála, nákrčník nebo háčkový nákrčník. Čepice vhodné na zimní období různých velikostí, barev, vzorů, materiálů, doplňky dle výběru. Háčkováná čepice vhodná na jaro, léto, podzim dle způsobu vzoru háčkování, materiálu, doplňků dle výběru.

Nákup materiálů, pomůcek galanterního zboží nabízí mnoho prodejců. Patří mezi ně např. Vlnap a.s. Nejde, SDS s.r.o. Sadská, Stoklasa s.r.o Praha, galanterie Filium na www.egalanterie.cz, galanterie Kristýna Liberec, Galanterka Rajhrad na www.shop@galanterka.cz a další.

Pro následující kalkulace výrobků pro nákup materiálu a pomůcek na výrobky textilní řemeslné výroby bude použit prodejce s textilní galanterií „Stoklasa“. Vycházet se bude z cen uvedených na e - shopu firmy. Vybráno z důvodů nákupu na e – shopu i v kamenných prodejnách.

Materiálové náklady výrobků a aplikací řemeslné výroby.

Na pletené i háčkové výrobky jsou použity nejčastěji pletací příze ELIAN klasic, cena za klubko 37,-Kč, hmotnost 50g, návin 125m, složení 100% acryl, široká paleta barev.

Na háčkové dětské čepice je nejčastěji použita příze Scarlet, cena za klubko 85,-Kč, hmotnost 100g, návin 290m, složení 100% bavlna, výběr z několika barev a odstínů.

Příkladem je háčková dětská čepice a nákrčník, viz obr. č.5



Obrázek č. 5 - Čepice a nákrčník

Na háčkovanou dětskou čepici ve velikosti 48-52cm obvod, odpovídající velikosti dítěte 5-8 let, je zapotřebí zakoupit:

- přízi Scarlet

Na výrobu čepice bude použit háček č. 3

Na háčkový nákrčník v dlouhých sloupkách pro děti ve velikosti 5-8 let je zapotřebí zakoupit:

- pletací přízi Elian Klasic

Na výrobu nákrčníku bude použit háček č. 9

Tabulka č. 2 Materiálové náklady ručních háčkových výrobků

Výrobek	Celková spotřeba [m]	Cena za klubko [Kč]	Celkem cena příze na výrobek [Kč]
Háčková čepice	171	85	50
Háčkový nákrčník	125	37	37

Náklad materiálu na výrobu háčkovaných výrobků z tabulky č. 2, kde byla použita bavlněná příze Scarlet a pletací příze Elian Klasic na dítě velikosti 5-8 let je zhruba o 17,-Kč rozdílná. V porovnání ceny to však není velký rozdíl, oproti celkové ceně výrobku s ostatními započitatelnými náklady.

Druhým příkladem je pletená šála, čepice s bambulí a pletený nákrčník, které jsou vyrobeny v barvách bundy. Viz obr. č. 6



Obrázek č. 6 - Čepice s bambulí a šála

Na pletené výrobky pro děti ve velikosti 5-8 let je zapotřebí zakoupit:

- pletací přízi Elian Klasic

Na výrobu pletených výrobků budou použity pletací jehlice velikost 3,5 kruhové, hliník plast, pletací jehlice velikost 4, rovné, bambus.

Tabulka č. 3 Materiálové náklady ručních pletených výrobků

Výrobek	Celková spotřeba [m]	Cena za klubko [Kč]	Celkem cena příze na výrobek [Kč]
Čepice s bambulí	240	37	71
Dlouhá šála	250	37	74
Pletený nákrčník	215	37	64

Z tabulky č. 3 je patrné, že náklady na spotřebu materiálu u pletených výrobků jsou celkem srovnatelné. Podle materiálových nákladů vyjde nejlevněji pletený teplý nákrčník, nejdražší je dlouhá teplá šála.

Jestliže si zákazník zvolí nějaký ozdobný prvek, kterým by měl být výrobek ozdoben (odlišný od sériové výroby) je samozřejmě zapotřebí toto započítat jako další náklad. Zde záleží na velikosti prvku, obtížnosti a použitého materiálu na doplněk.

Nejčastěji se jedná o aplikace z flitrů, korálek, látek a výšivek přímo na hotový výrobek. Doplnkem se rozumí „ozdoba na hotový výrobek“ nejčastěji se přímo našívá na čepici, šálu, nákrčník. Flitrový nápis nebo obrázek doplněn výšivkami.

Aplikace saténové mandaly k našítí na hotový výrobek je dalším příkladem pro ruční výrobu. Na další aplikaci je potřeba několik barev saténu pro výrobu saténových mandal, které jsou posíté flitry, korálky, efektními nitěmi. Příkladem aplikací jsou ručně vyšíváné saténové mandaly, jak je patrné na obr. č. 7



Obrázek č. 7 - Saténové mandaly

Mandala tvoří kruhový ornament. Jako kruhový obrazec se středem z něhož směřují symetricky uspořádané tvary. Ty mohou být nápaditě zdobené a tak použity pro vytvoření ozdobné aplikace k oživení textilních výrobků. Na mandaly ze saténu je zapotřebí několik barev saténu, nažehlovací vlizelín, flitry různých barev, efektní nitě. Barvy, detaily komponenty se dají kombinovat dle přání zákazníka.

- Satén šíře 90 cm cena 80,-Kč/ bm (od každé požadované barvy, poté se odstřihají kola různých průměrů z každé barvy) počítán tedy jeden pruh šíře 20cm jako celkem za všechny barvy.
- Nažehlovací vlizelín, vhodný k fixaci, 68% polyester 32% polyamide, velikost 90x100cm cena 57,-Kč/kus.
- Flitry, balíček různé barvy 10g cena 15,-Kč.

- Efektní nitě, návin 100m, cena 23,-Kč/kus.
- Šicí polyesterové nitě, návin 100m, cena 6,-Kč/kus k sešití mandal na sebe.

Tabulka č. 4 Materiálové náklady na saténovou mandalu

Výrobek – saténová mandala	Celková spotřeba [m]	Cena za použitý materiál [Kč]	Celkem cena materiálu na výrobek [Kč]
Satén	0,20	80	16
Vlizelín	0,20	57	11
Efektivní nitě	48	23	11
Šicí nitě	100	6	6
Flitry [g]	2	3	3
Celkem za výrobek [Kč]			47

Celková částka materiálu na výrobu mandaly ze saténu je 47,-Kč za kus. Samozřejmě cena závisí na velikosti a obtížnosti aplikace. Čím větší spotřeba materiálu dle velikosti mandaly, tím vyšší cena aplikace.

Dalším příkladem jsou aplikace na hotový výrobek viz obr. č. 8



Obrázek č. 8 - Aplikace z flitrů

U této aplikace se jedná o přímé našití nápisu, obrázku na výrobek z flitrů. Zde jsou zapotřebí flitry různých barev, podle výběru zákazníka, nitě, jehla. Každý zákazník si zvolí motiv, nápis obrázek, který se ručně našívá flitr po flitru na určený výrobek.

- Polyesterové nitě návin 100m, cena 6,-Kč/kus.
- Flitry balíček různé barvy 10g, cena 15,-Kč.

Tabulka č. 5 Materiálové náklady na výrobu aplikace z flitrů přímým našitím na hotový výrobek

Výrobek – Nápis z flitrů	Celková spotřeba	Cena za použitý materiál [Kč]	Celkem cena materiálu na výrobek [Kč]
Flitry [g]	24	15	36
Šicí nitě [m]	80	6	5
Celkem za výrobek [Kč]			41

4.4 Hodinová sazba pro ruční výrobu

Hodinová sazba výroby ručních výrobků, by se měla pohybovala kolem 100,-Kč/hod. Výroba textilních ručních výrobků trvá několik hodin, záleží na velikosti a pracnosti výrobku. Například výroba háčkové čepice trvá kolem tří hodin a další výrobky se vyrábí i déle. Cena za hodinu by se měla pohybovat kolem 40,-Kč/hod, aby byl výrobek prodejný, tím pádem pro zákazníka dostupný.

Pro výrobu ručních textilních výrobků nikdy nebude možné účtovat zákazníkovi hodinou sazbu v plné výši, protože jinak by byl výrobek moc drahý a tím pádem i neprodejný. V případě prodeje ručně vyrobených výrobků by ještě vzrostly náklady spojené s prodejem v kamenné prodejně, které by byly zapotřebí pro provoz. Vznikly by i další náklady jako jsou mzdové, nájemné, zařízení prodejny, zálohy na energie. Vše by bylo nutno započítat do ceny výrobku, který by byl ještě dražší.

4.5 Shrnutí

Pro určení ceny výrobku slouží sečtení materiálových nákladů spojené s výrobkem. Nejedná se pouze o materiálové náklady a náklady spjaté s výrobou, ale i hodinovou sazbu, uskladnění, obal, poštovné a další.

Pro určení ceny ruční výroby bylo vybráno několik výrobků. Materiálový náklad u háčkové dětské čepice vyšel na 50,-Kč. Dalším výrobkem je dlouhá pletená šála. Spotřeba materiálu činila 74,-Kč. Pletená čepice s bambulí je dalším vybraným výrobkem řemeslné výroby. Materiál pro výrobu tohoto výrobku činil 71,-Kč. Také byly vybrány háčkový a pletený nákrčník, kde je vidět rozdíl ve zvoleném materiálu a tím i ceny materiálu. Aby byly výrobky odlišné na přání zákazníka, je vhodné ozdobit výrobek aplikací.

Krásný ozdobný prvek se nabízí saténová mandala v různých barvách, a různých velikostí. Materiálový náklad na výrobu jedné mandaly činil 47,-Kč. Další aplikace, která ozdobí jednoduché tričko je našitá flitrová aplikace. Materiálový náklad činil 41,-Kč.

Z hlediska prodejnosti výrobků je třeba se zamyslet nad typem prodeje řemeslné výroby.

5. Založení vlastní živnosti

Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek, které stanovuje živnostenský zákon. Jakmile se člověk rozhodne podnikat, musí si zjistit, zda je potřeba živnostenského oprávnění, či nikoli. Živnosti jsou: volné, řemeslné, vázané. Spadají do tak zvaných ohlašovacích živností. Volné živnosti - jedná se o živnosti, které nepotřebují odbornou způsobilost. Do této činnosti patří všechny výrobní činnosti, obchodní činnosti a služby, které nespádají do živnosti vázané. Volná živnost bude nejvhodnější k zamýšlené výrobě a prodeji ručně vyráběných originálních výrobků.

Řemeslnické živnosti - živnost kde se musí splňovat odborná způsobilost.

- odborné vzdělání v příslušném oboru (k tomu není potřeba praxe);
- odborné vzdělání v příslušném oboru a k tomu rok praxe v oboru;
- určitý počet let ve vedoucí pozici s doklady o rekvalifikaci;
- alespoň 6 let praxe v oboru;

Vázané živnosti - Jedná se o živnosti, pro které je zapotřebí splnit předepsané podmínky ve vzdělání a nebo v praxi. Pro splnění cílů této bakalářské práce je možnost vázané živnosti bezpředmětná.

Podnikání bez živnosti - pro samostatné činnosti není potřeba živnostenské oprávnění.

Činnosti, ke kterým není třeba živnostenský list, uvádí živnostenský zákon a zákon o daních z příjmu.[12] Ruční výroba a její prodej spadá pod volné živnosti, není tedy zapotřebí odbornou způsobilost ani vykonanou praxi.

Pro založení živnosti slouží právní legislativa, která se řídí platnými zákony č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání, v pozdějším znění předpisů. Právní legislativa je všeobecná a zvláštní. Závisí na předmětu podnikání.

Všeobecné podmínky pro založení živnosti:

- Dosažení věku 18 let;
- Způsobilost k právním úkonům;
- Bezúhonnost;

Zvláštními podmínkami pro založení živnosti jsou odborná nebo jiná způsobilost pokud je zákon nebo zvláštní předpisy nevyžadují.

Založení volné živnosti, kde není požadována odborná způsobilost, tím pádem musí podnikatel splňovat pouze všeobecní podmínky, provozování živnosti se ohlásí na živnostenském úřadu, kde se vyplní jednotný registrační formulář a zaplatí se poplatek 1000,- Kč. V případě rozšíření živnosti o další obor, stačí na živnostenském úřadě ohlásit a požádat o doplnění. Díky ohlášení na úřadě, bude živnostník zaregistrován k dani z příjmu fyzických osob na příslušném finančním úřadě, a dále registrován k platbě zdravotního a sociálního pojištění.[13]

Každý kdo se rozhodne podnikat na živnostenský list, musí podniknout kroky dle platné legislativy.

5.1 Živnostenský list

Pro založení živnosti rukodělné výroby a jejího prodeje je nutné živnostenský list. Pro vyřízení na živnostenském úřadu stačí předložit občanský průkaz a poplatek tisíc korun českých. Po uplynutí několika dnů je živnostenský list doručen majiteli, tím pádem se může začít s provozováním živnosti. Na živnostenském listě je přiděleno identifikační číslo IČ, které slouží k identifikaci daného subjektu. Živnostník má dále ohlašovací povinnost vůči finančnímu úřadu, zdravotní pojišťovně a OSSZ.

Základní náležitosti živnostenského listu.

Jméno a příjmení: Miroslava Suchánková
 Rodné číslo: XXXXXXXXXXXX
 Bydliště: Olbrachtova 604, 460 15, Liberec
 IČ: 234 65 786
 Místo podnikání: Olbrachtova 604, 460 15, Liberec
 Předmět podnikání: Výroba a prodej ručních textilních výrobků
 Den vzniku živnostenského oprávnění: 12.9.2016
 Není plátcem DPH

Díky živnostenskému listu je řemeslník držitelem živnostenského oprávnění a tím se stává osobou samostatně výdělečně činnou. Ať již bude činnost hlavní nebo vedlejší. Jelikož

zamýšlená činnost výroby a prodeje vlastních textilních výrobků a doplňkového sortimentu od menších dodavatelů ruční výroby v kamenné prodejně, by bylo spíše na hlavní samostatnou činnost. Dá se výrobní a prodejní činnost provozovat i jako činnost vedlejší při zaměstnání. Ušetří se tak na sociálním a zdravotním pojištěním.

5.2 Možnosti provozování živnosti

Každá forma prodeje má své kouzlo. Kdo je rád v kontaktu se zákazníkem zvolí si formu prodeje v kamenné prodejně a přímý prodej, samozřejmě ještě záleží i na dalších aspektech. Těmi jsou vstupní náklady, časová flexibilita, možnosti cestování (vlastní auto). Jestliže někomu vyhovuje forma prodeje bez komunikace ze zákazníkem zvolí si formu internetového prodeje. Pracovní doba je nastavena dle vlastních potřeb. Je pánem svého času. Jedná se o práci z pohodlí domova v prostředí, které vystačuje pro tzv. obchodování. I zákazník má svůj vlastní názor na nákup. Někdo upřednostňuje zboží si prohlédnout, vyzkoušet a rád navštěvuje prodejny, které podobné zboží nabízí. Jiní zase naopak rádi nakupují přes internet. Zboží si nechají doručit domů, kde si v pohodlí zakoupenou věc vyzkouší a v případě, kdy výrobek nesplňuje jejich požadavky, ji vrátí zpět prodejci.

Osobní zjištění konkurence

Pro zjištění prodeje a nabídky řemeslné výroby byl navštíven obchod v centru Liberce nazvaný „Poctivé ručičky“, je útulný malý rodinný obchod, kde se nabízí k prodeji, jak vlastní výrobky, tak zároveň výrobky od různých výrobců, kteří podporují originální české výrobky od polštářků, textilních hraček, keramiky, svíček, dřevěných výrobků, kterými se dá zútulnit dům či byt. Jak bylo patrné z atmosféry prodejny, ruční výroba má svůj nádech sentimentality i originality.

Dalším navštíveným obchodem i s výrobou ručních výrobků byly chráněné dílny „Domov Harcov“ - jedná se o domov pro mentálně postižené a byl založen jako projekt v roce 2005, jehož cílem je poskytnout těmto lidem práci. Probíhá zde výroba tradičních řemeslných výrobků z přírodních, textilních, keramických, knihařských materiálů a výroba ručního papíru. Ručně vyrobené výrobky jsou poté prodávány na tradičních trzích, jarmarcích i v prodejně chráněné dílny v Harcově.[14] I takovou formou výroby a prodeje se dá ruční řemeslná výroba udržet v nabídce každodenního života.

Dále byly navštíveny v Liberci bazary a second handy, které nabízí odkup výrobků i použitých věcí k dalšímu prodeji. Řemeslníci, kteří své ruční výrobky chtějí prodávat přes

prodejce v bazarech a second handech se nemusí zabývat žádnou legislativou. Tito prodejci mají samozřejmě podmínky, za kterých nabízené výrobky vykoupí. Prodejce nabídne zájemci prodej vlastních výrobků formou provize. Nebo nabídne výkup výrobků za hotové. Také je nabídnuto možnost komisního prodeje. Je na řemeslníkovi jakou formu prodeje si zvolí.

Vlastním průzkumem na internetu bylo zjištěno, že vhodnou formou nabídky vlastních výrobků lze uplatnit na internetových stránkách, jako jsou fler.cz, mimibazar.cz, bazos.cz, aukro.cz, invidi.cz. Dále je možnost založení si vlastního webového portálu, který je již dostupnou formou prodeje pro každého obchodníka. Webové stránky jsou doménou obchodníka a nabídky jeho výrobků. Na internetových prodejních i webových stránkách se lze setkat s výrobky pro rodinu i domácnost. Je zde možnost zakoupit ručně vyráběné výrobky, ale i najít inspirace a mnoho návodů s obrázky k jejich výrobě krok za krokem, kterou zvládne i začátečník. Stránky jsou vodítkem k zamyšlení nad vlastní výrobou a prodejem podobných textilních výrobků.

5.2.1 Kamenná prodejna

Prodej výrobků řemeslné výroby vlastní i od menších dodavatelů by jistě bylo nejlepší nabízet v kamenné prodejně, která by byla svoji dostupností nejvýhodnějším řešením. Nejlépe by se na tuto činnost hodil malý obchod ve vlastním domě, kde by provozní náklady nebyly tak vysoké a pro začínajícího prodejce výhodné. Pro ty, kteří tuto možnost nemají, je zapotřebí pronájem prodejny.

Všeobecné vstupní náklady, náklady na provoz a mzdové náklady jsou překážkou pro začínající živnostníky. Jsou uvedeny v tabulce č. 1 kapitoly 3.4. této práce. Každá kamenná prodejna bude platit zálohy na energie, nájemné, také je důležitá koupě nábytku, regálů, doplňků. Dále vznikají mzdové náklady na zaměstnance, kterými jsou prodavačka, popř. uklízečka nebo zda si bude chtít živnostník nabízet své výrobky sám a tím ušetřit. Výběr polohy prodejny je velice důležitý.

Porovnání poplatků na pronájem malé prodejny v centru Liberce, prodejny stejné velikosti na okraji města, na sídlišti Kunratická a také prodejny ve vlastním domě.

- **Prodejna v centru**

Vstupní náklady pro prodejnu v Liberci, ulice Široká, velikost prodejní plochy cca 30 m². Dle nájemní smlouvy, která obsahuje určení ceny nájemného za prodejnu. Za m²

cena 700,-Kč, zálohy na energie, vodu 2000,-Kč, vybavení prodejny regály, skříněmi, pultem, pokladnou a dalšími doplňky činí 30000,-Kč. Počáteční zásoby výrobků vlastní výroby 10000,-Kč. Náklady na reklamu 1000,-Kč.

Měsíční poplatky by činily za nájem a zálohy 23000,-Kč, jedna prodavačka mzda 15000,-Kč, odvody na daních za zaměstnance zdrav. pojištění 1350,-Kč, soc. pojištění 3750,-Kč. Náklady na vedení prodejny (telefon, internet,..) 1000,-Kč.

Tabulka č. 6 Náklady na prodejnu v centru města

Kamenná prodejna	Zřizovací výdaje: zálohy energie a ostatní, nájemné, vybavení, pořízení materiálu, reklama [Kč]	Měsíční poplatky: nájem, energie, telefon, mzdové náklady, odvody, daně [Kč]
Prodejna v centru	64000	44100

- **Prodejna na sídlišti**

Vstupní náklady pro prodejnu na sídlišti Kunratická v Liberci. Velikost prodejní plochy cca 30 m². Dle nájemní smlouvy, která obsahuje určení ceny nájemného za prodejnu. Za m²cena 300,-Kč, zálohy na energie, vodu 2000,-Kč, vybavení prodejny regály, skříněmi, pultem a dalšími doplňky činí 30000,-Kč. Počáteční zásoby výrobků vlastní výroby 10000,-Kč. Náklady na reklamu 1000,-Kč.

Měsíční poplatky by činily za nájem a zálohy 11000,-Kč, jedna prodavačka mzda 15000,-Kč, odvody na daních za zaměstnance zdrav. Pojištění 1350,-Kč, soc. pojištění 3750,-Kč. Náklady na vedení prodejny (telefon, internet,..) 1000,-Kč.

Tabulka č. 7 Náklady na prodejnu na sídlišti

Kamenná prodejna	Zřizovací výdaje: zálohy energie a ostatní, nájemné, vybavení, pořízení materiálu, reklama [Kč]	Měsíční poplatky: nájem, energie, telefon, mzdové náklady, odvody, daně [Kč]
Prodejna na sídlišti	52000	32100

- **Prodejna ve vlastním domě**

Vstupní náklady pro prodejnu v Liberci, ulice Široká, velikost prodejní plochy cca 30 m². Za m² cena 0,-Kč, zálohy na energie, vodu 2000,-Kč, vybavení prodejny regály, skříněmi, pultem a dalšími doplňky by činilo 30000,-Kč. Počáteční zásoby výrobků vlastní výroby 10000,-Kč. Náklady na reklamu 1000,-Kč.

Měsíční poplatky by činily za nájem a energie 2000,-Kč, jedna prodavačka mzda 15000,-Kč, odvody na daních za zaměstnance zdravotní pojištění 1350,-Kč, sociální pojištění 3750,-Kč. Náklady na vedení prodejny (telefon, internet,..) 1000,-Kč.

Tabulka č. 8 Náklady na prodejnu ve vlastním domě

Kamenná prodejna	Zřizovací výdaje: zálohy energie a ostatní, nájemné, vybavení, pořízení materiálu, reklama [Kč]	Měsíční poplatky: nájem, energie, telefon, mzdové náklady, odvody, daně [Kč]
Prodejna ve vlastním domě	43000	23100
Prodavačka na dohodu (maminka)	43000	6800

Možnost zaměstnat vlastní maminku v důchodu jako prodavačku a tím i snížení mzdových nákladů. Mzda by činila 30,- Kč/hod. Zaměstnána na dohodu. Pracovní doba od 9-17 hod. Průměrná mzda by činila 4800,- Kč bez odvodu daně.

5.2.2 Přímý prodej

Prodej ručních výrobků je možný na trzích, jarmarcích, besedách. Výrobce se setká se zákazníky osobně. V období zimy je přímý prodej výhodnou formou prodeje vlastní výroby. Vánoční trhy jsou vyhledávány pro nákup vánočních dárků. Zde je soustředěna hlavně řemeslná výroba a tudíž sem zavítá skupina zákazníků, která toto řemeslo upřednostňuje oproti velkovýrobě. Jednorázové přímé prodeje jsou pořádány celoročně, nejen na vánoce, ale i na velikonoce. Je důležité si akce vybírat. Aby náklady nebyly vysoké, je třeba si uvědomit jak často a kam odjet. Zda má prodejní akce dobré jméno, pořadatele díky kterému akci navštíví více potenciálních kupujících. Zda je vyhovující datum konání akce a v neposlední řadě vzdálenost konání akce, aby nevznikly další náklady na ubytování, stravování a benzín. Prodejní akce jsou tedy nákladově nízké. Stačí si předem zajistit místo nebo stánek, za který se zaplatí poplatek. Poté se zboží nabízí zákazníkům za účelem zisku.

Tyto prodeje v sobě nesou určité kouzlo, atmosféru, pohodu a jistě není na škodu se někdy účastnit. Setkání s jinými řemeslnými prodejci, kde je možné navázat kontakt a spolupráci pro živnost se jistě hodí.



Obrázek č. 9 – Vánoční trhy

Vstupními náklady se rozumí náklady na prodejní akci. Výrobky, poplatek za místo stánku. Za stánek je stanovena obvykle cena od 100,-Kč až do 1000,-Kč. Ostatní náklady se odvíjí od vzdálenosti konání akce.

Pro příklad je stanovena cena za benzín 1000,-Kč, poplatek za místo cena 300,-Kč, ubytování žádné. Výrobky na prodej v hodnotě 8000,-Kč. Bez mzdových nákladů. Viz tabulka č. 9

Tabulka č. 9 Náklady pro nabídku prodeje vlastních výrobků přímý prodej

Typ prodeje	Zřizovací výdaje: výrobky, náklady na dopravu, poplatek za místo, ubytování [Kč]
Přímý prodej, jarmark, trh	9300

5.2.3 E-shop, webové stránky

Možnost prodeje i koupě vyhledává mnoho zákazníků, ať z venkova nebo velkoměsta. Bez běhání po obchodech, vybrat z pohodlí domova i mimo pracovní dobu. Také je zde výhoda na vrácení zboží bez udání důvodu do 14 dní od koupě. Tento aspekt je někdy velice důležitý při rozhodování o koupi výrobku. Zákazník si zboží zakoupí, vyzkouší v pohodlí domova a v klidu, ne jen v místě prodejny, kde není možnost se výrobku tolik věnovat. Samozřejmě každá možnost nákupu přes internetové stránky má i své nevýhody. Aby se výrobek, zboží dostal ke kupujícímu, stojí to další náklady na poštovné a balné. To co bylo kupujícím objednáno, nemusí vždy odpovídat zboží, které bylo dodáno, a tak vzniká opět náklad pro kupujícího v podobě vráceného zboží. Po dohodě s prodejcem vzniká náklad ve formě dalšího poštovného.

Vstupní náklady pro tuto formu prodeje jsou minimální. Stačí založení internetové stránky, webu, e - shopu správcem, který se o tyto stránky bude starat a spravovat je. Založení portálu a stránky pro nabídku vlastních výrobků činí 2000,-Kč. Měsíční poplatky za vedení 500,-Kč. Výrobky na prodej pro začátek v hodnotě 8000,-Kč.

Tabulka č. 10 Náklady prodeje vlastních výrobků na webových stránkách a e-shopech

Typ prodeje	Zřizovací výdaje: výrobky, zřízení portálu, stránek [Kč]	Měsíční poplatky: vedení portálu [Kč]
E-shop, webové stránky	10000	500

5.2.4 Prodejní portály

Jsou další možnosti prodeje ručně vyhotovených výrobků na webových stránkách internetových prodejců za poplatek (provizi z prodeje), jinak je web zdarma. Internetový portál Flér, Bazoš, Mimibazar, Modrý koník či jiné uvedené v kapitole č. 2

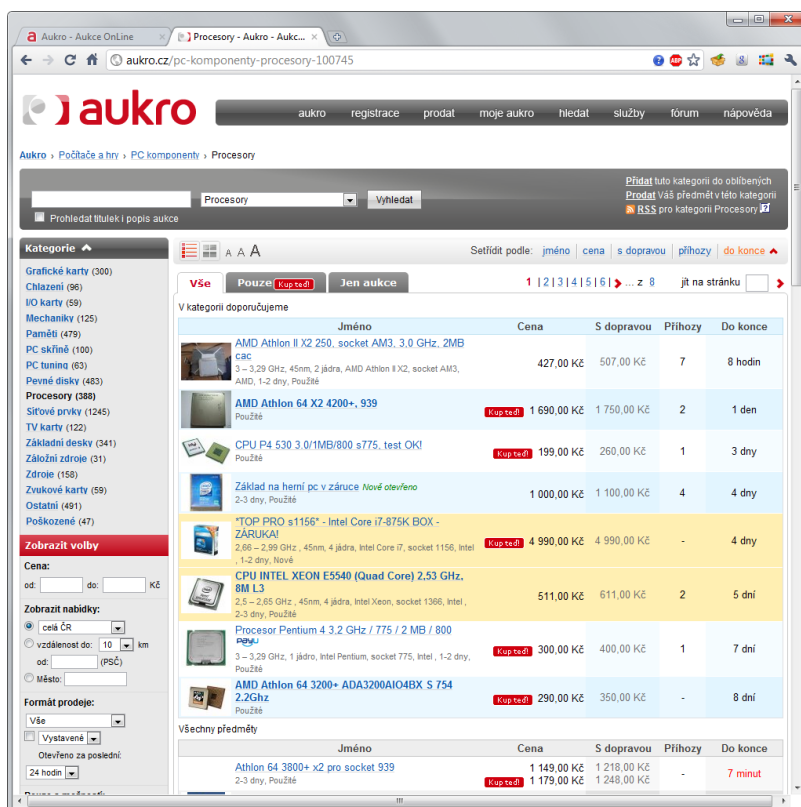
Vstupními náklady jsou myšleny, jen ceny výrobků nabízené na portálech. Zásoba výrobků v ceně 8000,- Kč. Měsíční poplatky budou za prodaný výrobek provizi správci prodejního portálu. Odvíjí se dle velikosti prodeje. Pro příklad Aukro za prodej výrobku účtuje provizi 8% z prodeje.

Tabulka č. 11 Pořizovací cena pro prodej výrobků na prodejních portálech

Typ prodeje	Pořizovací cena výrobků [Kč]	Měsíční poplatky: poplatky za prodej prodaných výrobků [%]
Prodejní portály	8000	8

U prodeje výrobků vlastní výroby na prodejních portálech, stačí prodejci zásoba výrobků, které vystaví na portále a určí si cenu výrobku. Výrobky jsou nabízeny i takzvaně formou aukce, kde kupující mohou přihazovat na vystavenou aukci výrobku, že se výrobek prodá za vyšší cenu. Jakmile se výrobek prodá, tak s ceny každého prodaného výrobku prodávající odvede správci poplatek v podobě provize.

Prodejní portál na internetu Aukro. cz, je jeden z několika portálů, kde se dá nabízet k prodeji řemeslná textilní výroba.



Obrázek č. 10 – prodejní internetový portál

5.3 Porovnání nákladů typů prodeje

Formy prodeje vlastních výrobků, které byly vybrány pro jejich porovnání. Dále zjištění, která forma prodeje je nejvýhodnější pro výrobu a prodej řemeslné výroby, která byla cílem této bakalářské práce. Data vyplývají z tabulek 6 - 11 v kapitole 5.2. Měsíční poplatky u přímého prodeje, e – shopu, prodejního portálu vycházely z hodnot vstupních nákladů a nákladů na nákup materiálu na výrobky. Vstupní ceny jsou uvedeny v celých Kč, měsíční poplatky uvedeny v celých Kč.

Tabulka č. 12 Porovnání nákladů vybraných forem prodeje

Forma prodeje	Vstupní náklady [Kč]	Měsíční poplatky [Kč]	Celkem [Kč]
Prodejna v centru	64000	44100	108100
Prodejna na sídlišti	52000	32100	84100
Prodejna ve vlastním domě	43000	23100	66100
Prodejna ve vl. domě, maminka	43000	6800	49800
Přímý prodej, jarmark, trh	9300		9300
E – shop, webové stránky	10000	500	10500
Prodejní portály	8000		8000 + 8% provize

Tabulka č. 12 ukazuje porovnání nákladů mezi zvolenými formami prodeje. Díky porovnání bylo zjištěno, jaká forma prodeje je pro malého začínajícího řemeslníka s ruční výrobou nejpříjemnější. Z hlediska minimálních nákladů je nejvhodnější forma prodeje výrobků na prodejních portálech. Jako další možnosti prodeje vyšly přímý prodej a webové stránky. Kamenné prodejny nesou vyšší vstupní i měsíční náklady, které je zapotřebí pro živnostníka zajistit.

5.4 Shrnutí

Řemeslná výroba a prodej originálních výrobků se řadí do volných živností. Jedná se o živnosti, které nepotřebují odbornou způsobilost. Stačí založení živnostenského oprávnění dle platné legislativy. U založení živnosti s výrobou a prodejem ručních výrobků je důležité, jakou formu prodeje si zvolit, aby byla pro řemeslníka nejvýhodnější. Je na výběr z několika

možností. Patří mezi ně kamenná prodejna, přímý prodej, webové stránky, e – shopy a prodejní internetové portály. Každá forma nabídky výrobků v sobě nese určité výhody, ale i nevýhody. Náklady na typy prodeje výrobků jsou uvedeny v tabulce č. 9. Díky porovnání nákladů použitých forem prodeje výrobků je vidět, kolik je zapotřebí vstupních i měsíčních nákladů na provoz každé možnosti nabídky prodeje. Cílem této bakalářské práce bylo určit nejvhodnější formu prodeje vlastních výrobků i dalších výrobků od dodavatelů řemeslné výroby. Zda by byla vhodná forma prodeje v kamenné prodejně, kde by byla možnost i nabízet sortiment ostatních dodavatelů. Jestliže by byla vybrána jiná forma prodeje, tak by byla nabídka pouze vlastní výroby. Podle porovnání a vyhodnocení forem prodeje výrobků v kapitole 5. 3. tabulky č. 12 této bakalářské práce. Z uvedených možností vhodné formy prodeje vlastních výrobků vychází nejlépe nabídka prodejními portály, přímým prodejem a e - shopy. Další výhodou zvolených forem prodeje, je možnost zvolení pracovní doby dle vlastních potřeb, práce z pohodlí domova, minimální vstupní náklady a časovou flexibilitu.

6. Vlastní návrh prodeje

Pro vlastní návrh prodeje textilní řemeslné výroby je nutné nejprve stanovit prodejní cenu výrobku, kde je zapotřebí zahrnout všechny náklady s pořízením a výrobou. K tomuto účelu slouží kalkulační vzorec, který určí konečnou cenu výrobku.

Jak již bylo řečeno v této bakalářské práci, ruční výroba je vyhledávaná určitou skupinou lidí. Cena ručního výrobku mnohdy nevystihuje jeho skutečnou hodnotu. Každý kdo uznává tento styl a nosí ruční výrobky je ochoten zaplatit i vyšší cenu. Oproti sériové výrobě podobných výrobků, které nosí většina populace za nižší prodejní cenu. Zjištění kalkulace ceny výrobků poslouží k posouzení prodeje, jak v kamenné prodejně, tak v ostatních formách prodeje, které jsou uvedeny v tabulce č. 12.

Kalkulační vzorec

- přímý materiál
- přímé mzdy
- ostatní přímé náklady
- výrobní režie - energie, odpisy, atd
- správní režie - řízení podniku
- odbytové náklady - skladování, propagace, expedice, atd
- zisk
- cena

Příkladem pro výpočet ceny výrobků podle kalkulačního vzorce použijeme ruční výrobky, které byly určeny v kapitole č. 4. 3. této bakalářské práce.

Jedná se o textilní výrobky vlastní výroby. Háčkovanou čepici z příze Scarlet, nákrčník, dlouhou pletenou šálu a pletenou čepici s bambulí všechny vyrobené z pletací příze Elian klasik. Dále bude zjištěna konečná cena aplikace používaná na hotové výrobky (saténová mandala).

Určením ceny ručního výrobku je nevhodnější zvolená metoda kalkulace dělením s poměrovým číslem a prostá kalkulace dělením. Metoda kalkulace s poměrovým číslem se používá pro výpočet určení ceny podobných výrobků lišící se velikostí, kvalitou, pracností. Tato metoda bude vhodná na pletené a háčkované ruční výrobky. Na určení konečné ceny saténové mandaly bude použita metoda kalkulace prostým dělením.

Již předem byla zjištěna spotřeba materiálu, výkonová norma času, plán výroby, výrobní režie, správní režie, odbytová režie a také zisk pro jeden kus výrobku.

Příklad:

Háčkované a pletené výrobky

- Háčkovaná čepice - spotřeba materiálu na jeden kus výrobku 50,-Kč, doba háčkování výrobku 3hodiny, zisk z jednoho kusu 10,- Kč
- Háčkovaný nákrčník - spotřeba materiálu na jeden kus výrobku 37,- Kč, doba háčkování 3 hodiny, zisk z jednoho kusu 15,- Kč
- Dlouhá pletená šála - spotřeba materiálu na jeden kus výrobku 74,- Kč, doba pletení 3 hodiny, zisk z jednoho kusu 20,- Kč
- Pletená čepice s bambulí - spotřeba materiálu na jeden kus výrobku 71,- Kč, doba pletení 3 hodiny, zisk z jednoho kusu výrobku 20,- Kč
- Saténová mandala - spotřeba materiálu na jeden kus výrobku 47,- Kč, doba jedné aplikace cca 1 hodinu, zisk z jednoho kusu 5,- Kč

Výrobní režie	10000,- Kč
Správní režie	1000,- Kč
Odbytová režie	500,- Kč
Norma času	1hod/40,-Kč

Tabulka č. 13 Výpočet ceny ručních háčkovaných a pletených výrobků

Výrobek	Spotřeba materiálu [m]	Přímé mzdy [Kč]	Plán výroby [Ks]	Zisk [Kč]
Háčkovaná čepice	50	120	100	10
Háčkovaný nákrčník	37	160	60	10
Dlouhá pletená šála	74	160	50	20
Pletená čepice s bambulí	71	160	40	20

Podle spotřeby materiálu se stanoví poměrová čísla a přepočítá se plán výroby.

Tabulka č. 14 Stanovení ceny ručních háčkovaných a pletených výrobků

Výrobek	Spotřeba [m]	Přímé mzdy [Kč]	Plán výroby [Ks]	Poměrové číslo	Přepočítané množství [Ks]
Háčkovaná čepice	50	120	100	1,35	135
Háčkovaný nákrčník	37	120	60	1	60
Dlouhá pletená šála	74	120	50	2	100
Pletená čepice s bambulí	71	120	40	1,9	76

Výpočet režie k jednotlivým výrobkům

Tabulka č. 15 Výpočet výrobní, správní a odbytové režie

Výrobek	Výrobní režie [Kč]	Správní režie [Kč]	Odbytová režie [Kč]
Háčkovaná čepice	74	7	4
Háčkovaný nákrčník	167	17	8
Dlouhá pletená šála	100	10	5
Pletená čepice s bambulí	132	13	7

Výpočet kalkulace ceny jednoho výrobku (podle kalkulačního vzorce)

Tabulka č. 16 Konečná cena výrobků dle kalkulačního vzorce

Výrobek	Háčková čepice	Háčkový nákrčník	Dlouhá pletená šála	Pletená čepice s bambulí
Materiál	50	37	74	71
Mzdy	120	120	120	120
Výrobní režie	74	167	100	132
Náklady výroby	244	344	214	343
Správní režie	7	17	10	13
Náklady výkonu	224	361	224	356
Odbytová režie	4	8	5	7
Úplné náklady	255	369	229	364
Zisk	10	10	20	20
Prodejní cena	265	379	249	384
DPH	39,75	56,85	37,35	57,60
Prodejní cena s DPH [Kč]	305,-	436,-	286,-	442,-

Stanovení ceny saténové mandaly kalkulací prostým dělením

Tabulka č. 17 Výpočet ceny ručních doplňků – saténová mandala

Výrobek	Spotřeba [Kč]	Přímé mzdy [Kč]	Plán výroby [Ks]	Zisk [Kč]
Saténová mandala	47	40	400	5

Kalkulační vzorec pro cenu jedné saténové mandaly

Tabulka č. 18 Konečná cena saténové mandaly dle kalkulačního vzorce

Přímý materiál	47
Přímé mzdy	40
Výrobní režie	25
Vlastní náklady výroby	112
Správní režie	2,5
Vlastní náklady výkonu	114,5
Odbytová režie	1,25
Úplné náklady	115,75
Zisk	5
Prodejní cena	120,75
DPH	18,11
Prodejní cena s DPH [Kč]	139,-

Prodejní ceny textilních výrobků ruční výroby podle kalkulačního vzorce byly vypočítány v tabulkách č. 16 a 18.

Háčkovaná čepice by se prodávala zákazníkovi za cenu 305,-Kč.

Háčkovaný nákrčník by byl prodejní za cenu 436,-Kč.

Dlouhá pletená šála by se prodávala klientovi za cenu 286,-Kč.

Pletená čepice s bambulí by byla nabízena za prodejní cenu 442,-Kč.

Za saténovou mandalu vhodnou jako aplikace na hotový výrobek by klient zaplatil 139,-Kč.

Pro porovnání výroby ručních výrobků a konečné prodejní ceny v prodejnách, bude stanovena průměrná cena výrobku 322,-Kč. Cena bude sloužit k vyhodnocení nákladů prodaných výrobků ve vybraných formách prodeje.

Pro začínající kamennou prodejnu je zapotřebí zvolit výrobu vlastních výrobků – cca 10000,-Kč za měsíc, při výrobní sazbě 8 hod./den.

Měsíční náklady na provoz prodejny jsou uvedeny v tabulce č. 9 v kapitole 5.3. této Bakalářské práce. Záleží v jakém místě se bude prodejna nacházet. Zda bude prodejna v pronájmu a nebo ve vlastním domě. Pro možnost provozování prodeje s ruční výrobou v kamenné prodejně v centru Liberce by bylo zapotřebí měsíčně vyrobit vlastních výrobků v hodnotě 44100,-Kč. Při prodeji výrobku průměrné ceny za cenu 322,-Kč, by bylo zapotřebí vyrobit 136 kusů měsíčně. Bylo by zapotřebí denně vyrobit 4 - 5 kusů ručních výrobků, kde výroba jednoho výrobku trvá 3 hodiny. Což není časově možné stihnout. I u kamenné prodejny na sídlišti by bylo nutné k pokrytí měsíčních nákladů, které činí 32100,-Kč měsíčně 99 kusů výrobků v průměrné hodnotě výrobku 322,-Kč. Bylo by zapotřebí vyrobit 3 - 4 výrobků denně. U tohoto typu prodeje za deset hodin intenzivní práce (výroby háčkovaných výrobků) lze vyrobit požadovaný počet originálních výrobků.

V poslední kamenné prodejně ve vlastním domě by bylo nutné k pokrytí měsíčních nákladů, které činí 23100,-Kč měsíčně 71 kusů výrobků v průměrné hodnotě 322,-Kč. Bylo by zapotřebí vyrobit 2 - 3 výrobky denně. Toto by bylo možné zvládnout za 8 hodinovou pracovní dobou a tím i pokrýt měsíční náklady.

Další možností si najmout šikovné důchodkyně, které by pletly a háčkovaly hotové výrobky. Při této možnosti by stouply mzdové náklady. Stoupla by produkce ručních výrobků, která by pomohla zvýšit výrobu textilních výrobků. Další z možností pro ušetření měsíčních nákladů, by bylo možné zaměstnat v prodejně někoho z rodiny (babičku, maminku, sestru,...), kde by nevznikly vysoké mzdové náklady. Maminka by byla zaměstnána na

dohodu o provedení práce. S pomocí prodeje rozšířeného sortimentu od ostatních řemeslných dodavatelů by stačilo vyrobit méně kusů vlastních výroby, ale i tak by záleželo na prodeji a ceně ostatních nabízených výrobků pro pokrytí měsíčních nákladů na provoz prodejny.

Naopak při prodeji formou nabídky internetových portálů, jarmarcích a e – shopů, by stačil vyrobit 25 - 28 kusů výrobků za celý měsíc a pokrýt tak náklady u těchto nabídek prodeje za měsíc. Při větším objemu produkce se jistě z tohoto pohledu vyplatí vybrané formy prodeje pro řemeslníka, které jsou vhodné jako vedlejší činnost k zaměstnání, kde se nemusí prodejce za určitých podmínek starat o odvody na sociálním a zdravotním pojištění.

6.1 Prodej doplňkového sortimentu

Řemeslná výroba je oblíbená u určité skupiny lidí, kteří uznávají osobitý styl v módě i ve stylu bydlení, viz kapitola 2. Jedná se o pletené a háčkované hračky, oděvy, plédy, prošívání deky, a další textilní výrobky.

Na internetu je mnoho výrobců řemeslné výroby, kteří nabízejí své výrobky na portálech za výhodné ceny. Tyto se dají nakoupit za účelem dalšího prodeje a v kamenné prodejně s ruční výrobou nabízet jako doplňkový sortiment. Dále při návštěvách trzích, e shopech a přímých prodejků se dá domluvit spolupráce s výrobcem textilních řemeslných výrobků, které by byly vhodné na nákup a prodej ve vlastní prodejně, jako další nabízený sortiment. Za určitých podmínek, při odběru několika kusů výrobků nebo v určité hodnotě, by byla možná domluvena zvýhodněná cena s prodejcem, která by pomohla k navýšení zisku při prodeji ve vlastní prodejně.

6.2 Shrnutí

Jako jediná výtěžná činnost prodeje vlastních výrobků v kamenné prodejně byla vybrána prodejna ve vlastním domě, kde jsou nejnižší měsíční náklady a tudíž přijatelné pro malého začínajícího podnikatele. Při zaměstnání jedné prodavačky a za pomoci dalších několika důchodkyň, které budou zaměstnány na dohodu, bez možnosti velkých mzdových nákladů, budou pokryti měsíční náklady na provoz i s možností zisku. Za předpokladu zaměstnání maminky, která bude zaměstnána na dohodu o provedení práce. Také pomoc starších důchodkyň, které budou plést a háčkovat hotové výrobky, které navýší produkci prodejce. V neposlední řadě nabídka prodeje textilních řemeslných výrobků od ostatních dodavatelů, které nalezneme na internetu, e- shopech, jarmarcích a dalších obchodech, přinesou konečně zisk prodejci a výrobcem v jedné osobě.

7. ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, jaká forma prodeje je vhodná pro řemeslnou výrobu. Na začátku jsou definované textilní výrobky, ručně vyrobené háčkováním, pletením nebo malováním na hedvábí.

V kapitole 5.2. se zjišťuje, zda je nutné k prodeji výrobků zřízení kamenné prodejny, kde jsou zapotřebí mimo pořizovacích nákladů i vstupní náklady spojené s nájemným, zálohami na energii, zařízení prodejny, mzdovými náklady. Porovnává se tento způsob prodeje s možností prodeje vlastních výrobků na jednorázových akcích nebo s prodejem na webových stránkách, internetových prodejních portálech. Bylo zjištěno, že členský příspěvek na prodejních internetových portálech je oproti nákladům na vedení kamenné prodejny zanedbatelný. Zamýšlený prodej vlastních výrobků s rozšířeným sortimentem od dalších výrobců řemeslné výroby by byl vhodný pro kamennou prodejnu ve vlastním domě, kde jsou měsíční výdaje nízké oproti nájmu prodejen v centru i na sídlišti.

V kapitole 5.2. jsou uvedeny konkurenční prodejny zabývající se prodejem textilních řemeslných výrobků v Liberci. Vlastním pozorováním byla zjištěna poptávka a nabídka řemeslné výroby.

Byla provedena kalkulace vybraných ručně vyrobených výrobků. Kalkulací v kapitole 6.1. bylo zjištěno, že pro výrobu ručních textilních výrobků nikdy nebude možné účtovat zákazníkovi hodinou sazbu v plné výši, protože jinak by byl výrobek moc drahý a tím pádem i neprodejný. V případě prodeje ručně vyrobených výrobků by ještě vzrostly náklady spojené s prodejem v kamenné prodejně. Vznikly by náklady pořizovací, mzdové a provozní. Vše by bylo nutno započítat do ceny výrobku, který by byl ještě dražší.

V závěru práce byla zvolena jako vhodná forma prodeje v kamenné prodejně. Podmínkou prodeje jsou prostory ve vlastním domě, kde by měsíční náklady byly nízké a pro začínajícího prodejce s vlastní výrobou přijatelné. Tento prodej by se dal uskutečnit za předpokladu zaměstnání vlastní maminky v důchodu, zaměstnanou na dohodu o provedení práce, a pomoc dalších zručných žen v důchodu s výrobou ručních prací podobného textilního sortimentu. V neposlední řadě by v kamenné prodejně jistě pomohla i nabídka prodeje dalších výrobků textilní řemeslné výroby od jiných dodavatelů.

Seznam použité literatury

- [1] Diskuse – Můj flér. [cit.2016-07-15]. Dostupné z <http://www.fler.cz/diskuse?thread=348>
- [2] STEINEROVÁ, Jana. Textilní dovednosti. 1. Slovart, 2010. ISBN 978-80-7391-289-5.
- [3] FUCHSOVÁ, Lena. Pleteme čepice, šály, rukavice. 1997. IKAR, 1997. ISBN 80-7202-240-7
- [4] GRÁFOVÁ, Janne a Brigit GACKOVÁ. Pletené doplňky od hlavy k patě. 2002. Euromedia Group: IKAR, 2005. ISBN 80-249-0604-X. s.5
- [5] LUKÁČOVÁ, Markéta. Malba na hedvábí. BRNO: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0814-7. str. 9-12
- [6] Obchodní strategie (Business strategy). Podnikator.cz [online]. 2012 [cit. 2016-10-04]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/provoz-firmy/marketing/n:16395/Obchodni-strategie-Business-strategy>
- [7] ŠVANDOVÁ, Zuzana. Úvod do marketingové strategie. 1. Liberec: TUL, 2005. ISBN 80-247-0469-2
- [8] Zřizovací výdaje. Jakpodnikat.cz [online]. web, 2013 [cit. 2016-10-11]. Dostupné z: <http://www.jakpodnikat.cz/zrizovaci-vydaje.php>
- [9] KONEČNÁ Jana, Sazby DPH. In: Jak podnikat [online]. 5016 [cit. 2016-10-15]. Dostupné z: <http://www.jakpodnikat.cz/dph-sazby.php>
- [10] ČEVELOVÁ, Magdaléna, 5 důvodů, proč se stát dobrovolně plátcem DPH. In: Cevelova.cz [online]. Magdalena Čevelová, 2014 [cit. 2016-06-19]. Dostupné z: <http://www.cevelova.cz/5-duvodu-proc-se-stat-dobrovolne-platcem-dph/>

- [11] Cenové strategie [online]. ipodnikatel.cz, 2013 [cit. 2016-11-07]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Strategie-podnikani/cenove-strategie-jak-stanovit-cenu-produktu.html>
- [12] Jak založit živnost – podmínky pro založení živnosti [online]. Ipodnikatel.cz [cit. 2016-05-07]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-zivnosti/jak-zalozit-zivnost-podminky-pro-zalozeni-zivnosti.html>
- [13] Živnostenský zákon. In: Business center [online]. [cit. 2016-06-19]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/>
- [14] Domov harcov. Domov harcov [online]. 2016 [cit. 2016-07-20]. Dostupné z: <http://www.domov-harcov.cz/clanek/zobraz/chranene-zamestnavani>
- [15] PAŘILOVÁ, Hana, skripta TUL, Textilní zbožíznalství 3, [online]. [cit.2016-10-15]. Dostupné z: <https://elearning.tul.cz/course/view.php?id=2276>
- [16] PŠENICOVÁ, Barbora. Plátcí a neplátcí DPH. New Wave Service [online]. 2015, 1 [cit. 2016-06-19]. Dostupné z: <http://www.newwaveservice.cz/blog/2015/08/13/platci-a-neplatci-dph>
- [17] KONEČNÁ, Hana. Handmade byznys. Na volné \noze [online]. 2015 [cit. 2016-06-19]. Dostupné z: <http://navolnenoze.cz/blog/handmade/>
- [18] HORÁKOVÁ, Lenka. Výroba a prodej textilních hraček. Bakalářská práce. Liberec: TUL, 2015.
- [19] ŠVIHOVÁ, Hana. Strategie prodeje galanterního zboží v Liberci. Liberec: TUL, 2012. Bakalářská práce.
- [20] Textilní výrobky – uvádění na trh dle platné legislativy. Návody a pomůcky pro rozjezd podnikání [online]. 2011, 1 [cit. 2016-06-19]. Dostupné z:

<http://www.ipodnikatel.cz/Ochrana-spotrebitele/textilni-vyrobky-uvadeni-na-trh-dle-platne-legislativy.html>

[21] MUROVÁ, Jana. Konkurence. In: Janamurova.blog.cz [online]. VMSF, 2007 [cit. 2016-10-05]. Dostupné z: <http://janamurova.blog.cz/0711/4-cast-konkurence>

[22] Živnost volná [online]. živnostenský zákon č. 455/1991 Sb [cit. 2016-05-07]. Dostupné z: <http://zakony.kurzy.cz/455-1991-zivnostensky-zakon/priloha-4/>

[23] Živnost volná pro fyzické osoby s bydlištěm na území ČR. Bussinesinfo.cz [online]. [cit. 2016-07-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/zivnost-volna-fo-bydliste-uzemi-cr-4883.html>

[24] <https://www.stoklasa.cz/index.php?skupina=h01&pocetfotek=96&text=př%C3%ADze&rozsiřenyFiltr=1&barva>

Seznam obrázků

- Obr. č. 1 Postup háčkované kytky
- Obr. č. 2 Barevné háčkované kytky
- Obr. č. 3 Jednolící zátažná pletenina
- Obr. č. 4 Porterův model
- Obr. č. 5 Čepice a nákrčník
- Obr. č. 6 Čepice s bambulí a šála
- Obr. č. 7 Saténové mandaly
- Obr. č. 8 Aplikace z flitrů
- Obr. č. 9 Vánoční trhy
- Obr. č. 10 Prodejní internetový portál

Seznam tabulek

- Tabulka č. 1 Obecné budoucí náklady živnostníka
- Tabulka č. 2 Materiálové náklady ručních háčkovaných výrobků
- Tabulka č. 3 Materiálové náklady ručních pletených výrobků
- Tabulka č. 4 Materiálové náklady na saténovou mandalu
- Tabulka č. 5 Materiálové náklady na výrobu aplikace z flitrů přímým našitím
- Tabulka č. 6 Náklady na prodejnu v centru města
- Tabulka č. 7 Náklady na prodejnu na sídlišti
- Tabulka č. 8 Náklady na prodejnu ve vlastním domě
- Tabulka č. 9 Náklady pro nabídku prodeje vlastních výrobků přímým prodejem
- Tabulka č. 10 Náklady prodeje vlastních výrobků na webových stránkách a e – shopu
- Tabulka č. 11 Pořizovací cena pro prodej výrobků na prodejních portálech
- Tabulka č. 12 Porovnání nákladů vybraných forem prodeje
- Tabulka č. 13 Výpočet ceny ručních háčkovaných a pletených výrobků
- Tabulka č. 14 Stanovení ceny ručních háčkovaných a pletených výrobků
- Tabulka č. 15 Výpočet výrobní, správní a odbytové režie
- Tabulka č. 16 Konečná cena výrobků dle kalkulačního vzorce
- Tabulka č. 17 Výpočet ceny ručních doplňků – saténová mandala
- Tabulka č. 18 Konečná cena saténové mandaly dle kalkulačního vzorce

Seznam příloh

- Příloha 1 Obrázky výrobků a aplikací vlastní výroby

Příloha 1

Obrázky vybraných výrobků a aplikací vlastní výroby

Aplikace na čepicích



Saténové mandaly s flitry



našitá saténová mandala na šaty



komplet čepice a nákrčníkem s našitými flitry

flitrový nápis na tričko