

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: 2015/2016

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**
Zadávající 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. Provedte 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**

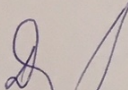
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

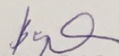
Švandová, Z. Úvod do marketingové strategie. Liberec : Technická univerzita v Liberci, 2005. ISBN 80-7083-918-X.

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

Datum zadání bakalářské práce: **30. září 2015**
Termín odevzdání bakalářské práce: **6. ledna 2017**


Ing. Jana Drašarová, Ph.D.
děkanka




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

V Liberci dne 9. listopadu 2016

Žádost o změnu termínu odevzdání závěrečné práce

Jméno a příjmení: Miroslava Suchánková

Osobní číslo: T13000455

Studijní program: B3107 - Textil

Studijní obor: Textilní marketing

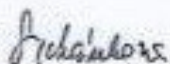
Zadávací katedra: Katedra KHT

Žádám o změnu termínu odevzdání bakalářské práce z 13.12.2016 na 4.5.2017

Odůvodnění žádosti:

Důvodem změny termínu odevzdání Bakalářské práce je stěhování a změna zaměstnání.

V Liberci dne 8.11.2016

Podepsání: 

Vyjádření vedoucího práce:

Vyjádření vedoucího katedry:

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 ve mě věřili.

Anotace

Propagace řemeslné výroby a způsob jejího prodeje. Zjištění možnosti podnikání v řemeslné výrobě. Průzkum současné situace výroby a prodeje ručních výrobků. 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 survey of the current situation of production and sales of products. 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	10
2. DROBNÉ TEXTILNÍ VÝROBKY – RUČNÍ VÝROBA	11
3. OBCHODNÍ STRATEGIE	13
3.1 ZÁKAZNÍCI – SEGMENTACE TRHU	14
3.2 KONKURENCE – PŘÍMÁ, NEPŘÍMÁ	15
3.3 MÍSTO PODNIKÁNÍ	16
3.4 NÁKLADY K ŽIVNOSTI	17
3.5 DAŇ Z PŘIDANÉ HODNOTY	18
3.6 SHRNUÍ	20
4. TEXTILNÍ VÝROBKY, POMŮCKY A DOPLŇKY	21
4.1 POTŘEBY ŘEMESLNÍKA NA TEXTILNÍ PRODUKT	22
4.2 STANOVENÍ CENY PRODUKTU	22
4.3 URČENÍ CENY ORIGINÁLNÍCH VÝROBKŮ	24
4.4 SHRNUÍ	29
5. PRŮZKUM TRHU KONKURENCE	30
5.1 DOTAZNÍKOVÝ PRŮZKUM	31
5.2 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU Č.1	31
5.3 ZÁVĚRY DOTAZOVÁNÍ	39
6. ŽIVNOST	40
6.1 ZALOŽENÍ ŽIVNOSTI	42
6.2 MOŽNOSTI PROVOZOVÁNÍ ŽIVNOSTI	42
6.3 POROVNÁNÍ NÁKLADŮ TYPŮ PRODEJE	46
6.4 SHRNUÍ A NÁVRH PRODEJE	47
7. ZÁVĚR	48
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	50
SEZNAM OBRÁZKŮ	53
SEZNAM TABULEK	54
SEZNAM PŘÍLOH	54
PŘÍLOHA 1	55
PŘÍLOHA 2	56
PŘÍLOHA 3	59

1. Úvod a cíl

Hlavním cílem bakalářské práce je založení vlastní firmy se zaměřením na výrobu a prodej ručních textilních výrobků nejen vlastní výroby, ale i několika dalších originálních výrobků od dodavatelů. 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 ručních výrobků za použití dotazníku, který bude umístěn na internetu. Dále bude probíhat použitím krátkého dotazníku dotazování živnostníků, kteří v tomto oboru pracují nebo pracovali. Dotazování napoví, jakým směrem je dobré se ubírat v oboru s ruční výrobou. Je jasné, že řemeslné ručně vyráběné výrobky jsou časově náročné. Nejen pro originalitu výrobku, ale i díky požadavkům budoucích zákazníků. Zde je nutné vědět na jaký trh a zákazníci budou tyto výrobky směřovány. Následně bude provedena cenová kalkulace na výrobky vlastní výroby. Zde 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 požadavkům 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. Drobné textilní výrobky – ruční výroba

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.

Kniha „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, ke které tento záměr schyluje, je zde k nahlédnutí mnoho nápadů pro 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.

Výtvarné techniky „Malby na hedvábí“ 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 a podle této publikace lze postupovat.

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. Zákazníkovi se třeba zalíbí komplet čepice a šály, ale nevyhovuje mu barva, vzor nebo materiálové složení. Přejde s dotazem, zda je možno výrobek vytvořit dle jeho požadavku. Pomocí náčrtu spolu vytvoříme návrh, který bude zákazníkovi vyhovovat. Bude to tzv. „ušité na míru“. Zákazník si bude jist, že v takovém modelu jistě dalšího nepotká. 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.

Navržená strategie by měla přispět k poslání firmy a k dosažení cílů v souladu s investičními záměry. Je zde zapotřebí rozlišit krátkodobé a dlouhodobé cíle.

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 jejich životní styl.

Poslání doplňuje podnikovou vizi, odpovídá konkrétně na otázky, které směřují k danému cíli.

- čeho jsme chtěli dosáhnout?

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

- kam bychom se chtěli dostat?

Přáli bychom si 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 a být jich dosaženo.

3.1 Zákazníci – segmentace trhu

Součástí strategie firmy je segmentace trhu – tvoří ji skupina zákazníků, které 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. Nejznámější forma komunikace je reklama na internetu, tištěná forma, v televizním vysílání a v neposlední řadě i v rozhlase.

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. Salewa je zaměřena na sportovní horolezectví.

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 – přímá, nepřímá

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 nabízí podobné produkty.

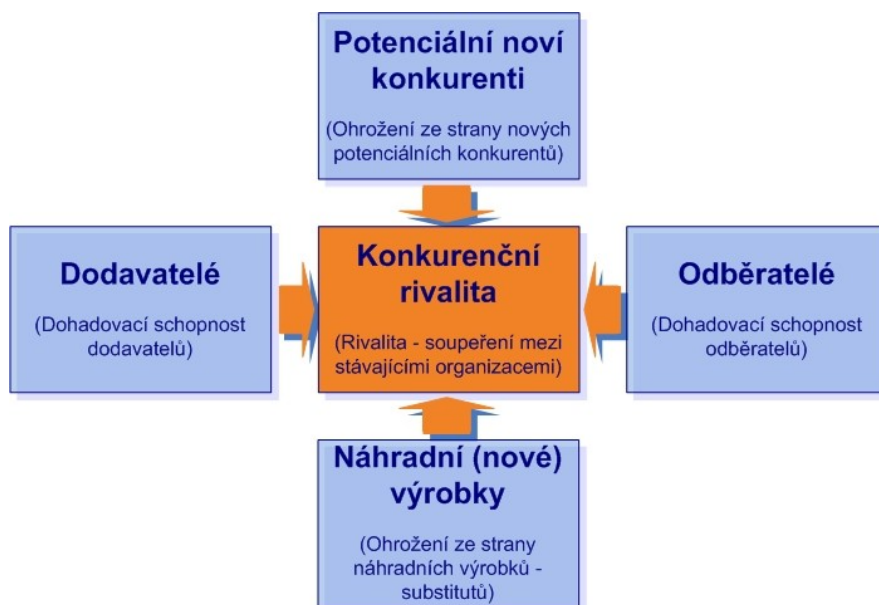
Konkurence přímá - Ti, kteří nabízejí stejné nebo podobné výrobky = konkurující podniky v odvětví. Zde je zapotřebí získání lepší pozice, správného výrobku, ceny, místa, odlišení od stávajících nabízených produktů, nízkých nákladů, dostupnost zákazníků i dodavatelů.

Konkurence nepřímá - Ti, kteří nabízejí 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. 1. 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. 1. 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. 1.

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.

Jak obr. č. 1 ukazuje konkurenční rivalita ve výrobě a prodeji řemeslné výrobě není tak velká. V každém městě najdeme jen několik malých prodejců v tomto odvětví, a tak rivalita mezi nimi nemůže ohrozit existenci ostatních prodejců. Jestliže některý z nich nabídne nižší cenu za podobný výrobek s podobnou službou, tak se pro ostatní ve městě popř. na internetových stránkách stává hrozbou.

Jestliže 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. 1. 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. Viz obr.č.1.

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 veliká a proto je zapotřebí nabídnout zákazníkovi něco odlišného. Cenově, materiálově, akce a doplňkové služby.

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 určitý termín. Zde je zákazníkům zboží nabízeno přímým prodejem, kde si mohou výrobek odzkoušet, osahat i popř. domluvit o 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 bude v budoucnosti možná 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. V první řadě se setkáme 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. Těmi jsou náklady spojené s provozováním živnosti po celou dobu.

Tabulka č. 1 Obecné budoucí náklady živnostníka

Zřizovací náklady	Mzdové náklady	Provozní náklady
Výroba a pořízení zásob	Daň sociálního a zdravotního pojištění 11%, 34%	Celkové náklady spojené s podnikáním
Zálohy (energie, nájem,..)	Daň z příjmu 15%, 19%	Materiální náklady, náklady za službu
Poplatek za živnostenské oprávnění	DPH 10%, 15%, 21%	Odpisy, osobní náklady, rezervy
Náklady na reklamu, dopravu, auto	Finanční náklady (úroky, manka,...)	Daně a poplatky

V tabulce č. 1 jsou uvedeny 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.

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 živnostníkům 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 odvětvích. 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

akcí, kde náklady na provoz budou minimální. Malé živnosti s řemeslnou výrobou se jistě plátcí daně z přidané hodnoty nestanou, 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.

4. Textilní výrobky, 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 háčkované 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 našívky, kterými lze výrobek dozdobit. I těchto je velké množství druhů, jako našehlovací, 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 nanáší 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 nanáší 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. Jednalo by se o textilní výrobky, kterými jsou bytové doplňky (polštářky, patchwork), náramky přátelství, malba na textil, textilní hračky, háčkované dečky, koráلكové 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 pleteniny, tkaniny a galanterní potřeby. Záleží o jaký typ výrobku se jedná, jaký účel a vlastnosti má splňovat. Vlastnosti jsou dány různou 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 příze, pletací příze, 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 nejvýhodnější. Cena by byla stanovena náklady spojené s výrobkem. Plus marže, kterou každý obchodník očekává.

Další tvorba ceny je poptávkově 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 SWAT 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 velikost 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 v kapitole 4.3 této práce je vidět, 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 ceny originálních výrobků

V zamýšlené živnosti bude především prodej ruční výroby pletených a háčkových čepic, šál, nákrčníků. Dále výroba našivaných flitrových, korálkových aplikací vhodných na výzdobu triček, bun, šál a čepic, které budou individuálně vyráběny dle požadavků zákazníka. Cílovou skupinou budou malé děti, ale i 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. Nejdek, 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. Prodejny sídlí v Praze, kde se momentálně vyskytují a je pro mě tudíž nejvýhodnější z hlediska nákladů za případné poštovné.

Příklady stanovení ceny výrobků a aplikací řemeslné výroby.

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

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

Př. 1. Háčkováná dětská čepice a nákrčník



Obr. č 2. Čepice a nákrčník

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

- klubko příze Scarlet

Na výrobu čepice bude použit háček č.3

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

- klubko příze Elian Klasic

Na výrobu nákrčníku bude použit háček č.9

<u>výrobek</u>	<u>spotřeba</u>	<u>za jednotku</u>	<u>na výrobek</u>	<u>celkem</u>
háčkovaná čepka	171m	85,-Kč	50,-Kč	74,-Kč
háčkovaný nákrčník	125m	37,-Kč	37,-Kč	66,-Kč

Náklad materiálu na výrobu háčkovaných výrobků z kalkulace u př. 1, kde byla použita bavlněná příze Scarlet a pletací příze Elian Klasic na dítě velikosti 5-8 let je zhruba o 8,-Kč rozdílná. V porovnání to však není až tak velký rozdíl, oproti celkové ceně výrobku s ostatními započitatelnými náklady.

Př. 2. Pletená šála, čepice s bambulí a pletený nákrčník



Obr. č. 3 Čepice s bambulí a šála

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

- pletací příze Elian Klasic

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

<u>Výrobek</u>	<u>spotřeba</u>	<u>za jednotku</u>	<u>na výrobek</u>	<u>celkem</u>
čepice s bambulí	250m	37,-Kč	74,-Kč	99,-Kč
dlouhá šála	240m	37,-Kč	71,-Kč	104,-Kč
nákrčník	215m	37,-Kč	64,-Kč	89,-Kč

Z kalkulace př. 2 je patrné, že náklady na spotřebu materiálu u pletených výrobků jsou celkem srovnatelné. Nákladově vyjde nejlevněji pletený teplý nákrčník a 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, korálků, 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. Na další aplikaci je potřeba několik barev saténu pro výrobu saténových mandal, které jsou pošívané flitry, korálky, efektními nitěmi.

Př. 3 Aplikace saténové mandaly



Obr. č. 4 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 150cm cena 80,-Kč/bm (od každé požadované barvy, poté se odstříhají 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.

saténová mandala	spotřeba	za jednotku	na výrobek	celkem
satén	20cm	80,-Kč,-	25,-Kč	25,-Kč
vlizelín	20cm	57,-Kč	31,-Kč	31,-Kč
flitry	2g	3,-Kč	3,-Kč	3,-Kč
efektní nitě	48m	23,-Kč	11,-Kč	11,-Kč
šicí nitě	100m	6,-Kč	6,-Kč	6,-Kč
			Celkem	70,-Kč

Celková částka na výrobu mandaly ze saténu je 70,-Kč za kus.

Samozřejmě cena závisí na velikosti a obtížnosti aplikace. Čím větší spotřeba materiálu dle velikosti mandaly, tím vyšší cena aplikace.

Př. 4 Našívaná aplikace



Obr. č. 5. Aplikace z flitrů

Další aplikací je přímé našití nápisu, obrázku na výrobek z flitrů. Zde jsou zapotřebí flitry různých barev, podle výběru zákazníka, nit, jehla.

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

<u>Nápis z flitrů</u>	<u>spotřeba</u>	<u>za jednotku</u>	<u>na výrobek</u>	<u>celkem</u>
flitry	24g	15,-Kč	36,-Kč	36,-Kč
šicí nitě	80m	6,-Kč	5,-Kč	5,-Kč
			Celkem	41,-Kč

Celková částka za našitou aplikaci, nápis z flitrů je 49,-Kč.

Kalkulace výrobku – pletená čepice s bambulí a saténovou aplikací

Doba pletení čepice s bambulí a aplikací je cca 5 hodin. Materiál na výrobu čepice uvedené v kalkulaci je 99,-Kč, dále připočítání saténové aplikace, která činí 70,-Kč za kus. Práce při hodinové sazbě 100,-Kč/hod. se dostaneme na částku kolem 670,-Kč. Ještě by byla potřeba započtení daně, která činí 15%. Dle zdravého rozumu, by se za tuto cenu nikdy čepice neprodala.

Aby byl výrobek prodejný, tak hodinová sazba práce by činila dle úsudku cca 40,- Kč/hod. + daň 15%. Poté by byla konečná cena výrobku 428,-Kč. Toto je cena, kterou je zákazník ochoten zaplatit za výrobek.

Spočítáním nákladů a určení ceny ostatních ručně vyráběných výrobků je to obdobné jako s čepicí. Prodejní cena by neodrážela skutečnou hodnotu výrobku, poněvadž by byla pro zákazníka drahá, nezajímavá a hlavně neprodejná.

4.4 Shrnutí

Pro určení ceny výrobku slouží sečtení 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 háčkované dětské čepice vyšel na 74,-Kč. Výroba čepice trvá zhruba 3 hodiny, při započítání hodinové sazby 40,-Kč/hod., jak již bylo zmíněno v kalkulaci výrobků v kapitole 4.3. této práce. Cenu 100,-Kč/hod. si při ruční výrobě nelze účtovat, jinak by byl výrobek pro vysokou cenu neprodejný. Na ruční výrobu je nutno započítat 15% daň z přidané hodnoty, takže celkem cena čepice je 223,-Kč. Dalším výrobkem je dlouhá pletená šála. Spotřeba materiálu činila 104,-Kč. Výroba trvala 4 hodiny při sazbě 40,-Kč/hod. + 15% daň. Cena výrobku činí 304,-Kč. Aby byly výrobky odlišné na přání zákazníka, je vhodné ozdobit výrobek aplikací. Pro příklad se jedná o našitou flitrovou aplikaci. Materiálový náklad činil 41,-Kč. Doba výroby činila 4 hodiny při sazbě 40,-Kč/hod. + 15% daň. Cena aplikace je 231,-Kč.

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.

Z hlediska prodejnosti výrobků je třeba se zamyslet nad typem prodeje řemeslné výroby. Vhodná forma prodeje se nabízí přímý prodej, nabídka jednorázových akcí, prodejem na webových stránkách, prodejních internetových portálech, kde jsou už další náklady minimální a tím pádem se v ceně výrobku navýšení neodrazí.

5. Průzkum trhu konkurence

Pro zjištění skutečnosti pro založení živnosti s ručními výrobky byl proveden průzkum trhu s řemeslníky, kteří se věnují ručním výrobkům nebo se s tímto typem obchodu setkali a mají nějaké zkušenosti na webových stránkách, které navštěvují. V Liberci a Jablonci byly navštíveny některé prodejny, které se zabývají prodejem textilního ručně vyrobeného sortimentu zboží.

Vlastním pozorováním byl proveden průzkum obchodů v Liberci. Navštívený 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.[12] I takovou formou výroby a prodeje se dá ruční řemeslná výroba udržet v nabídce každodenního života.

Dále byly navštíveny v Liberci čtyři 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 komisioního 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.

5.1 Dotazníkový průzkum

Cílem průzkumu bylo zjištění o podnikání v oblasti výroby řemeslných výrobků a jejich prodeje. Dále bylo cílem průzkumu zjistit, zda se respondenti před zahájením své podnikatelské činnosti zajímaly o řemeslnou výrobu. Zda jim byla zjištěná fakta nápomocna při jejich rozhodování při založení živnosti. Otázky byly směřovány k problematice prodeje vlastních výrobků, založení živnosti, stanovení ceny, konkurence, prostředí, nákladům, materiálům, využití prostoru k živnosti a jiné.

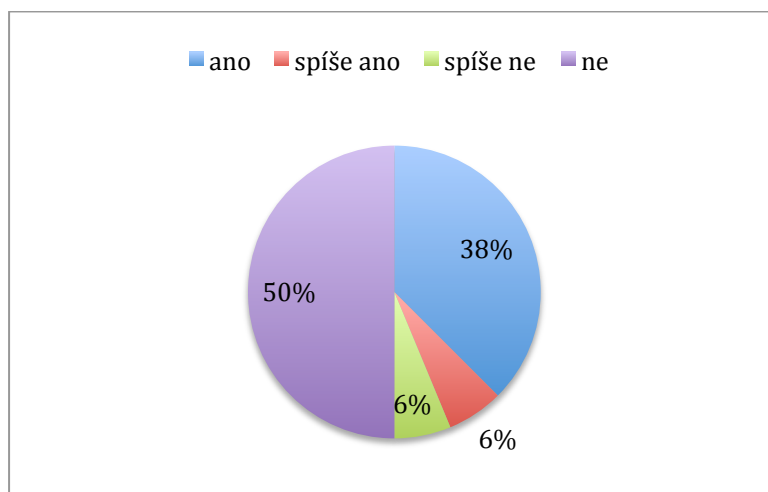
Metodou sběru primárních dat bylo zvoleno elektronické dotazování, kvůli rychlosti sběru dat a jednoduchému zpracování. Rezidentům byl zaslán e-mail s odkazem na internetovou stránku, kde bylo možno dotazník č. 2 vyplnit. Odkaz na dotazník byl odeslán v průběhu měsíce června 2016. Respondenti byli vybráni statisticky z internetových stránek, které osobně navštěvují. Jednalo se o webové stránky výrobců a prodejců vlastních výrobků. Odkaz s dotazníkem byl odeslán 30 prodejcům vlastních výrobků, kteří obchodují na vybraných internetových stránkách. Znění dotazníku je uvedeno v příloze č.3 této bakalářské práce.

Dalšími dotazovanými byli prodavači, majitelé, kupující v kamenných prodejnách v Liberci v měsíci červnu, kde jim bylo položeno několik otázek, které se týkaly dané problematiky prodeje vlastních výrobků. Při návštěvě kamenných prodejen náhodně vybráno 18 respondentů. Celkové znění dotazníku č. 1 je uvedeno v příloze č. 2 této bakalářské práce.

5.2 Vyhodnocení dotazníku č.1

Otázka č. 1: Měli jste obavy z podnikání s řemeslnou výrobou?

Cílem bylo zjištění, zda prodejci a výrobci měli obavy podnikání. V dnešní době je v prodejnách nabízena sériová výroba, než nabídka originálních výrobků. Zda bylo těžké začínat s ruční výrobou a prodejem textilních výrobků.



Obr. č. 6 Obava z podnikání s řemeslnou výrobou

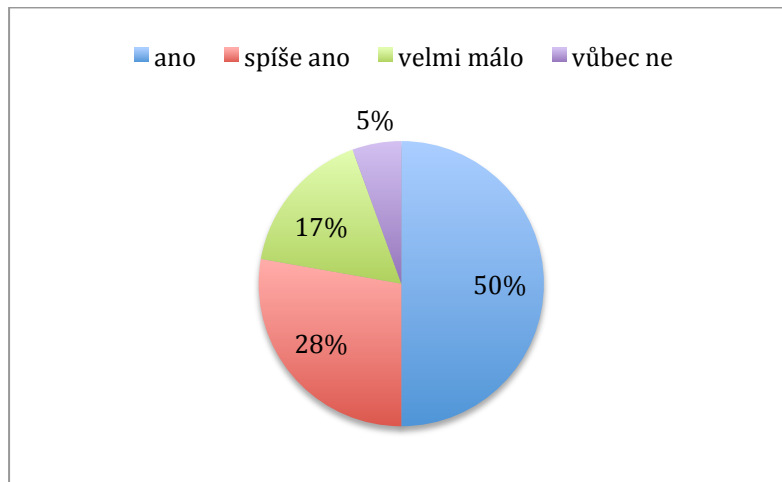
Z obrázku. č. 6 je patrné, že do výroby a prodeje řemeslné výroby bylo odhodláno jít bez obav 10 dotazovaných. Obavy z podnikání mělo 6 dotazovaných a po 1 respondentovi to bylo nerozhodně.

Tato otázka byla pro založení budoucí živnosti s ručně vyráběnými textilními výrobky pro můj záměr důležitá. Pomohla při rozhodování, zda se pustit do podnikání v tomto oboru či nikoli. Ruční výroba mě baví a i díky dotazování jsem se rozhodla, že podnikání s řemeslnou výrobou začnu provozovat.

Otázka č. 2: Zajímali jste se o problematiku prodeje řemeslné výroby ještě před podnikáním?

Cílem otázky bylo zjistit, zda se dotazovaní již před začátkem svého podnikání pohybovali v textilním průmyslu a zda jim tato znalost byla nápomocná při jejich začínající provozované živnosti.

Otázkou je třeba zjistit, zda pro dotazované bylo důležité před zahájením činnosti vědět o výrobě a prodeji textilních výrobků. Zda byli seznámeni s problematikou řemeslné výroby a hlavně možnosti jejího prodeje.

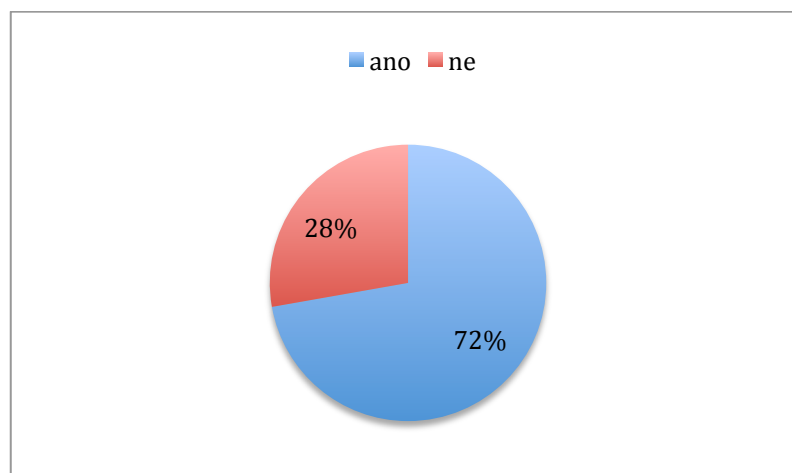


Obr. č. 7 Problematika výroby a prodeje řemeslných výrobků

Z odpovědí vyplývá, že polovina dotazovaných se zajímala o ruční výrobky a jejich prodej už před založením živnosti. Dalších 5 dotazovaných se nějaké informace pokusila zjistit. Velmi málo se o problematiku zajímali 3 dotazovaní a jeden dotazovaný se o tuto problematiku nezajímal vůbec.

Otázka č. 3: Jaká forma podnikání byla pro vás nejvhodnější?

Cílem bylo zjištění o živnosti, živnostenském zákoně a podmínkách, které jsou zapotřebí pro provozování živnosti v tomto státě. Otázkou bude zjištění, zda je výhodné podnikat v tomto oboru na živnost nebo bez živnosti.



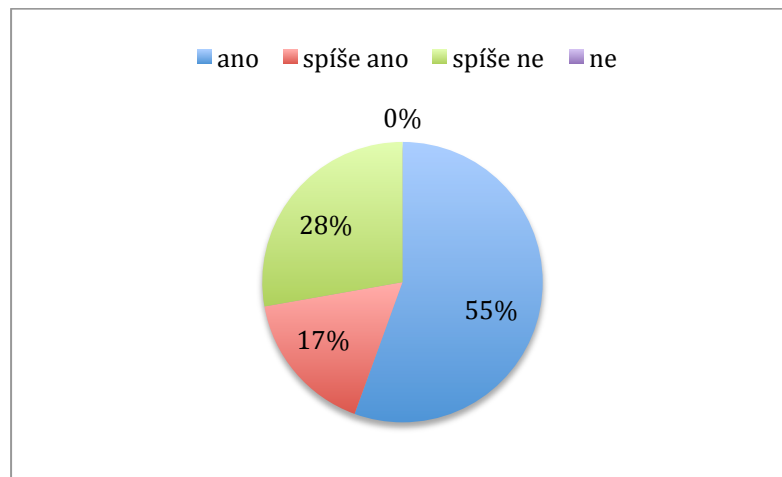
Obr. č.8 Založení živnosti

Díky respondentům mi tato otázka moc pomohla, protože 13 dotazovaných by podnikala na živnost a 5 respondentů by podnikala bez živnosti. Je jasné, že podnikání je výhodnější s živnostenským oprávněním. Podnikání na živnost je výhodnější ve směru odečitatelných

položek na dani oproti podnikání bez živnosti, kde se nic odečítat nelze. Pro zvolenou živnost by bylo dobré uplatnit paušální výdaje. Je to nejjednodušší a nejvýhodnější způsob uplatnění výdajů v daňovém priznání. To znamená nevést daňovou evidenci příjmů a výdajů a dokladovat účtenky.

Otázka č.4: Zajímali jste se o konkurenci ve vašem okolí?

Cílem této otázky bylo zjistit, jak byli začínající výrobci a prodejci v určitém oboru připraveni k podnikání. Zda zjišťovali v okolí konkurenční prostředí, nabídku i poptávku, cenu, možné dodavatele i odběratele.



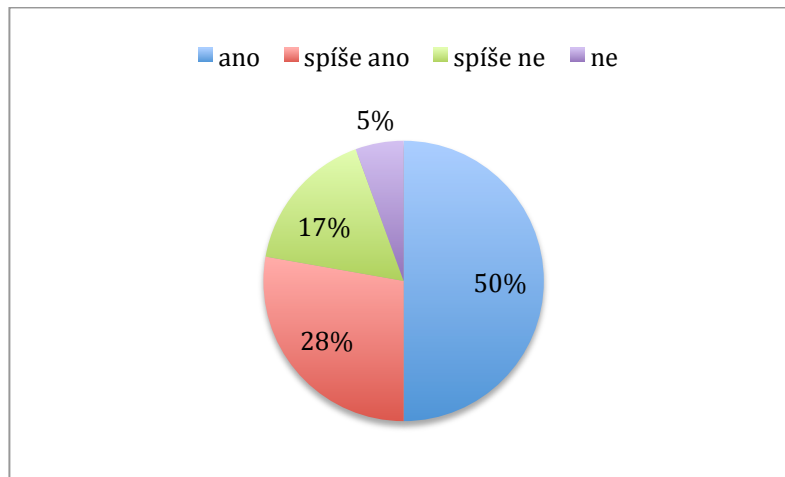
Obr. č. 9 Konkurence v okolí

Jak je patrné z obr. č. 9 o konkurenčním prostředí, tak dotazovaní se opravdu o konkurenci, velikosti nabídky a poptávky zajímali. Jednalo se o 10 respondentů. Další 3 dotazovaní, se o konkurenci pokoušela něco zjistit a 5-ti dotazovaným bylo jedno, zda se nějaká konkurence, dodavatelé i odběratele v místě jejich budoucím podnikáním nacházejí.

Konkurence je jedním z nejdůležitějších aspektů při budování živnosti. Je třeba zjistit možnosti konkurence, třeba pomocí průzkumu, sledování, Porterovým modelem konkurence a dalšími.

Otázka č. 5: Byla pro vás v podnikání důležitá poloha prodejny (dostupnost zákazníkům)?

Cílem této otázky bylo zjištění, zda pro prodejce byla důležitá poloha pro podnikání. Každý ví, že čím více obydlená lokalita a přístupnost, tím samozřejmě větší návštěvnost v prodejně. Tím i větší možnost zisku.

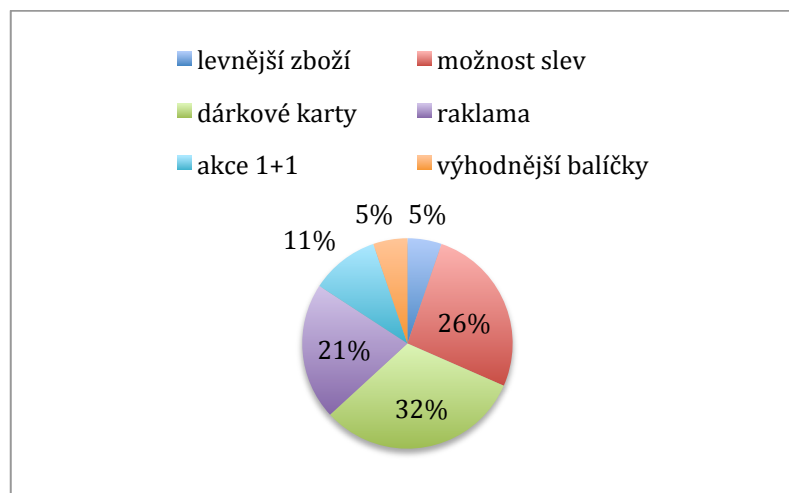


Obr. č. 10 Dostupnost prodejny

Obr. č. 10 ukazuje, jak moc byla pro dotazované důležitá poloha kamenné prodejny. Polovina respondentů vyjádřila jasný souhlas, že dostupnost prodejny byla pro jejich rozhodování velice důležitá. Pro 5 respondentů spíše důležitá. Pro 3 dotazované byla dostupnost prodejny nedůležitá. Jeden respondent dostupnost neřešil vůbec. Tato otázka jasně dokazovala, jak je důležitá dostupnost kamenné prodejny pro zřízení živnosti a to nejen v tomto oboru.

Otázka č.6: Jaké nástroje jste použili k získání svých zákazníků?

Cílem této otázky bylo zjištění, jaký typ podpory prodeje je pro tento obor nejvhodnější. Otázka byla položena dotazovaným z důvodu získání dat, jaký typ podpory prodeje byl pro ně důležitý, popř. jakým směrem se vydat, aby nabídka a prodej výrobků byl pro prodejce co možná nejvýhodnější.

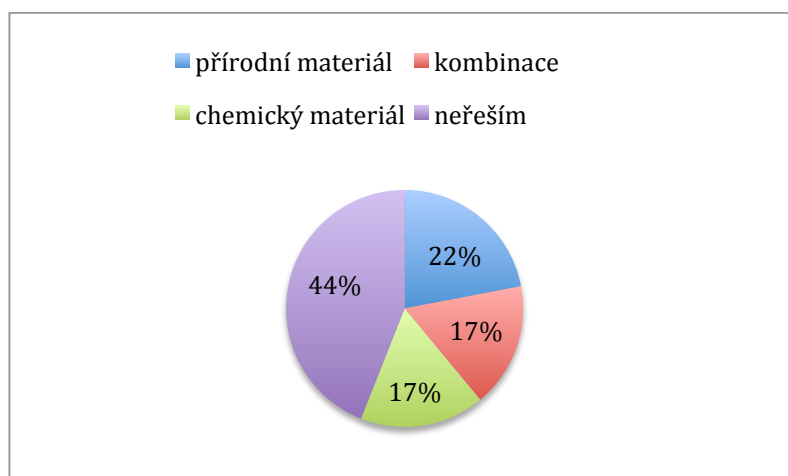


Obr. č. 11 Nástroje

Z grafu vyobrazeném na obr. č 11. je patrné, že 6 respondentů by volilo pro získání nových zákazníků jako nejvhodnější dárkové karty, po 4 dotazovaných respondentů by volilo shodně reklamu a nabídku slev při různých akcích. Ostatní nástroje zatím nebyly tak aktuální. Dotazovaní sdělili, že by jistě při možné dlouhodobé spolupráci se zákazníkem nabídli další možnosti výhodnější nabídky.

Otázka č. 7: Používáte na vaše výrobky přírodní materiály nebo spíše chemické?

Cílem položené otázky byla volba použitého materiálu při výrobě jejich výrobků. Tato otázka je pro mě velice důležitá, protože materiálové složení není vždy vhodné pro každý výrobek.

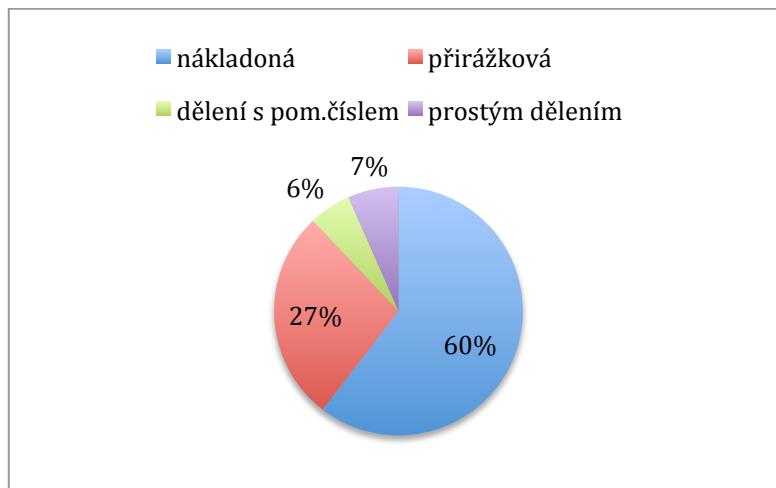


Obr. č. 12 Použitý materiál

Vyhodnocení grafu ukazuje, že 8 dotazovaných výrobců textilních výrobků materiál neřeší. Jejich složení neřeší natolik, jako vhodnou barvu, sílu pro vybraný typ výrobku. Jinak dotazovaní k výrobě textilních výrobků používají přírodní i chemické materiály ve stejném poměru. Chemickým vláknům a vláknům kombinovaným dává přednost po 3 dotazovaných a přírodní materiály používají k výrobě 4 respondenti. Složení textilních výrobků je velice důležité a to jak z hlediska výroby a komfortu, ale také z hlediska údržby.

Otázka č. 8: Jakou metodou jste stanovili cenu výrobků?

Cílem otázky bylo zjištění stanovení ceny výrobků. Jakou volbu metody pro stanovení ceny se dotazovaní rozhodli, aby byla přijatelná pro zákazníka a také výnosná pro prodejce. Díky této otázce bylo zjištěno, jakou metodu při stanovení ceny výrobků si prodejci zvolili.

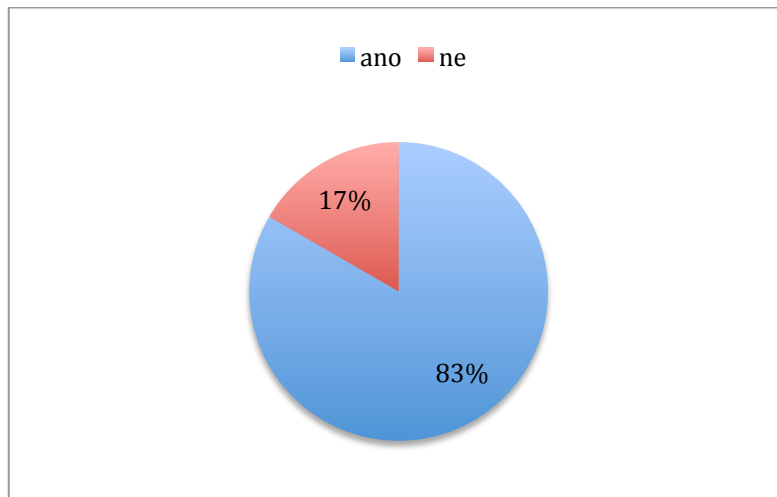


Obr. č. 13 Stanovení ceny

Obr. č. 13. ukazuje, že jako nejčastěji zvolená metoda pro stanovení ceny byla nákladová metoda. Tuto metodu zvolilo 11 respondentů při prodeji svých výrobků. Přírážkovou metodu volilo 5 dotazovaných a po 1 respondentovy shodně volili ostatní metody pro stanovení ceny. V zamýšlené živnosti bude stanovena cena metodou nákladovou, a to nejen díky dotazovaným respondentům, ale i dobře zvolenou metodou pro činnost s řemeslnou výrobou, která je výhodná díky dostupnosti ceně pro zákazníka.

Otázka č. 9: Nabízíte nejen vlastní výrobky, ale i výrobky od dodavatelů jiné řemeslné výroby?

Tato otázka si kladla za cíl rozšíření sortimentu vlastních výrobků o další výrobky řemeslné výroby. Jistě by bylo vhodné obohatit sortiment o produkty, které by dodávali jiní výrobci. Prodejna by jistě získala více zákazníků a tím by byl vyšší prodej a zisk prodejce.



Obr. č. 14 Vlastní výrobky versus dodavatelé

Z obr. č. 14 vyplívá, že 15 dotazovaných, nabízí nejen vlastní produkty, ale i produkty od ostatních rukodělných výrobců. Prodejem si našla širší skupinu zákazníků a tím i možnost větší nabídky sortimentu. Důležité bylo rozhodnutí o rozšíření sortimentu ve vlastní prodejně. Nabízet nejen vlastní ruční výrobky, ale i řemeslné textilní výrobky jiných typů od výrobců.

Otázka č. 10: Jestliže jste v předešlé otázce odpověděli „ano“, jaký sortiment ještě nabízíte? Prosím o příklady výrobků.

Cílem této otázky bylo zjištění, o jaký sortiment lze v provozování živnosti s ruční výrobou rozšířit svůj prodej.

- Ručně pletené náramky přátelství.
- Ručně malované aplikace na textil.
- Malování na hedvábí.
- Ručně našívané flitrové aplikace na textilní výrobky.
- Saténové aplikace vhodné k našití.
- Háčkované a pletené hračky.
- Šité bytové doplňky.
- Výrobky z keramiky ručně vytvořené.

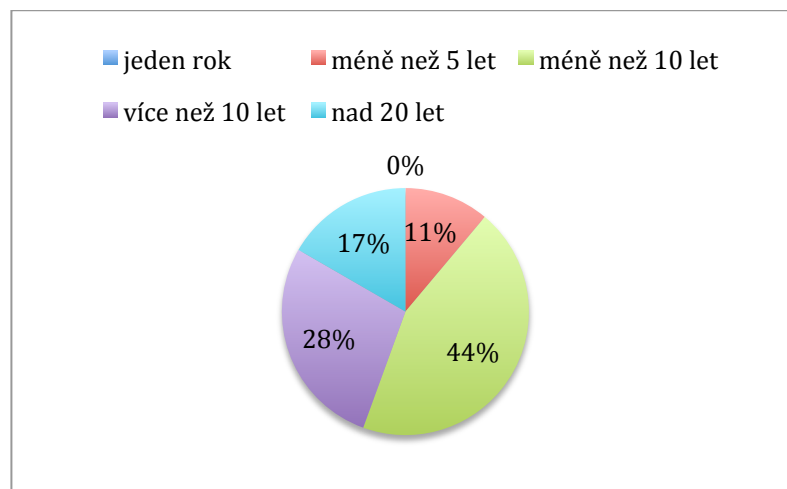
Díky odpovědím respondentů jsem měla přehled o další řemeslné výrobě, která je vhodná jako doplněk prodeje ve vlastním podnikání.

Navrhovaný sortiment vlastní výroby:

Saténové mandaly k našívání, aplikace zdobené flitry, výšivky z efektních nití, háčkováná čepice s malovanou ozdobou motýlka doplněného barevnými nažehlovacími kamínky, zimní komplet šály a čepice v různých barvách dle požadavků zákazníka.

Otázka č. 11: Jak dlouho podnikáte s řemeslnou výrobou?

Cílem otázky bylo zjištění, jak dlouho lze obchodovat v odvětví řemeslné výroby.



Obr. č. 15 Délka podnikání

Z odpovědí vyplývá, že 8 dotazovaných podniká v řemeslné výrobě 5 až 10 let. Dalších 5 respondentů nabízí služby v oboru již více jak 10 let a 3 respondenti jsou na trhu s ruční výrobou již více jak 20 let. To dokazuje, že originalita a tradice ruční výroby je stále vyhledávána.

5.3 Závěry dotazování

Byl proveden průzkum týkající se prodeje řemeslné výroby. Otázky si kladly za cíl, zjistit něco o prodeji a výrobě vlastních textilních výrobků. Z odpovědí vyplývá, že většina dotazovaných se zajímala o ruční výrobky a jejich prodej už před založením živnosti. Dalších 5 dotazovaných se nějaké informace pokusilo zjistit. Zbytek se o problematiku nezajímala. Také obavy z podnikání v řemeslné výrobě nemělo 10 dotazovaných. Naopak 6 dotazovaných obavy mělo. Na otázku živnosti, by 13 dotazovaných podnikala na živnost a 5 respondentů by podnikalo bez živnosti. Je jasné, že je podnikání výhodnější s živnostenským oprávněním. Otázka o konkurenčním prostředí, velikost nabídky a poptávky zajímala 10 respondentů. Další 3 dotazování se o konkurenci pokoušelo něco zjistit a 5-ti

dotazovaným to bylo jedno. K důležitosti polohy kamenné prodejny se polovina respondentů vyjádřila kladně. Poloha prodejny byla pro jejich rozhodování velice důležitá. Pro 5 respondentů spíše důležitá a pro 3 dotazované byla dostupnost prodejny nedůležitá. Z odpovědí na otázku o použití nástrojů k získání zákazníků je patrné, že 6 respondentů by volilo pro získání nových zákazníků dárkové karty, shodně po 4 dotazovaných respondentů by volilo reklamu a nabídku slev při různých akcích. Ostatní nástroje zatím nebyly tak aktuální. Dotazovaní sdělili, že by jistě při možné dlouhodobé spolupráci se zákazníkem nabídli další možnosti výhodnější nabídky. Volbu materiálů na výrobky 8 dotazovaných neřeší. Další dotazovaní k výrobě textilních výrobků používají přírodní i chemické materiály ve stejném poměru. Chemickým vláknům a vláknům kombinovaným dává přednost po 3 dotazovaných a přírodní materiály používají k výrobě vlastních výrobků 4 respondenti. Dotazovanými nejčastěji zvolená metoda pro stanovení ceny byla nákladová. Tuto metodu volilo 11 respondentů při prodeji svých výrobků. Přírážkovou metodu volilo 5 dotazovaných a po 1 respondentu shodně volili ostatní metody pro stanovení ceny. Dotazníkem bylo zjištěno, že 15 dotazovaných nabízí nejen vlastní produkty, ale i produkty od ostatních rukodělných výrobců. Prodejem by si našli širší skupinu zákazníků a tím i možnost větší nabídky sortimentu. Nabídka dalších ručních výrobků je uvedena v otázce č. 10. Nakonec bylo zjištěno, že 8 dotazovaných podniká v řemeslné výrobě 5 až 10 let. Dalších 5 respondentů nabízí služby v oboru již více jak 10 let a 3 respondenti jsou na trhu s ruční výrobou přes 20 let. To dokazuje, že originalita a tradice ruční výroby je stále vyhledávána.

6. Živnost

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.[13] 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.[14] 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.[14]

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

6.1 Založení živnosti

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. Po uplynutí několika dnů dorazí živnostenský list a 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:	725903/2847
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 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, by bylo spíše na hlavní samostatnou činnost. Dá se toto provozovat i jako činnost vedlejší při zaměstnání. Ušetří se tak na sociálním a zdravotním pojištění.

6.2 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 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.

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 versus prodejny stejné velikosti na okraji města, na sídlišti Kunratická.

Vstupní náklady pro prodejnu v centru Liberce, ulice Široká, velikost prodejní plochy cca 50 m². Za m² cena 700,-Kč, záloha na energie 5000,-Kč, vybavení prodejny regály, skříněmi, pultem a dalšími doplňky by činilo 30000,-Kč. Nákup materiálu na výrobky 20000,-Kč. Nákup výrobků ostatních dodavatelů cena 10000,-Kč. Náklady na reklamu 1000,-Kč. Měsíční poplatky by činily za nájem a energie 40000,-Kč, jedna prodavačka mzda 15000,-Kč, odvody na daních za zaměstnance zdrav. pojištění 1350,-Kč, soc. pojištění 3900,-Kč. Daň z prodeje výrobků řemeslné výroby spadá do snížené skupiny tedy 15% z prodeje a to se odvíjí dle objemu prodeje. Náklady na vedení prodejny (telefon, internet,..) 2000,-Kč. Dle poptávky zákazníka nákup materiálu cena 3000,-Kč.

Tabulka č. 2 Vstupní náklady a měsíční poplatky prodejna centrum

Kamenná prodejna	Vstupní náklady: zálohy energie, vybavení, pořízení materiálu, nákup výrobků od jiných dodavatelů, reklama	Měsíční poplatky: nájem, mzdové náklady, odvody, daně, nákup a doprava materiálu	Náklady na nákup a dopravu materiálu
Prodejna v centru	101000,-Kč	62250,-Kč	3000,-Kč

Vstupní náklady pro prodejnu na sídlišti Kunratická v Liberci. Velikost prodejní plochy cca 50 m². Za m²cena 300,-Kč, záloha na energie 3000,-Kč, vybavení prodejny regály, skříněmi, pultem a dalšími doplňky by činilo 30000,-Kč. Nákup materiálu na výrobky 20000,-Kč. Nákup výrobků ostatních dodavatelů cena 10000,-Kč. Náklady na reklamu 1000,-Kč. Měsíční poplatky by činily za nájem a energie 18000,-Kč, jedna prodavačka mzda 15000,-Kč, odvody na daních za zaměstnance zdrav. pojištění 1350,-Kč, soc. pojištění 3900,-Kč. Daň z prodeje výrobků řemeslné výroby spadá do snížené skupiny tedy 15% z prodeje a to se odvíjí dle objemu prodeje. Náklady na vedení prodejny (telefon, internet,..) 2000,-Kč. Dle poptávky zákazníka nákup materiálu cena 3000,-Kč. Viz tabulka č. 3

Tabulka č. 3 Vstupní náklady a měsíční poplatky prodejna sídliště

Kamenná prodejna	Vstupní náklady: zálohy energie, vybavení, pořízení materiálu, nákup výrobků od jiných dodavatelů, reklama	Měsíční poplatky: nájem, mzdové náklady, odvody, daně, nákup a doprava materiálu	Náklady na nákup a dopravu materiálu
Prodejna na sídlišti	49000,-Kč	40250,-Kč	3000,-Kč

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 dáreků. 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.

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 stanovena cena. Doprava za benzín cena 1000,-Kč, poplatek za místo cena 300,-Kč, ubytování žádné. Výrobky na prodej v hodnotě 8000,-Kč. Viz tabulka č. 4

Tabulka č. 4 Vstupní náklady a měsíční poplatky přímý prodej

Typ prodeje	Vstupní náklady: výrobky, náklady na dopravu, poplatek za místo, ubytování	Měsíční poplatky: odvody, daně, nákup a doprava materiálu	Náklady na nákup a dopravu materiálu
Přímý prodej, jarmark, trh	9300,-Kč	Dle objemu prodeje 15%	3000,-Kč

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 koupě 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. Také ne vždy dorazí zboží které bylo objednáno, a tak vzniká opět náklad pro kupujícího v podobě vráceného zboží po dohodě s prodejcem 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 a daň činí 15%. Výrobky na prodej pro začátek v hodnotě 8000,-Kč.

Tabulka č. 5 Vstupní náklady a měsíční poplatky e – shop, webové stránky

Typ prodeje	Vstupní náklady: výrobky, zřízení portálu, stránek	Měsíční poplatky: vedení portálu, daně	Náklady na nákup a dopravu materiálu
E – shop, webové stránky	8000,-Kč	500,-Kč + 15% daň dle objemu prodeje	3000,-Kč

4. Prodejní portály – jsou další možností prodeje ručně vyhotovených výrobků na webových stránkách internetových prodejců za poplatek (provizi z prodeje), jinak je web zdarma. Internetový portál Flér, Aukro, Mimibazar, Modrý koník či jiné uvedené v kapitole č. 2

Vstupní náklady jsou jen ceny výrobků nabízené na portálech. Příkladem zásoba výrobků činí 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. Další měsíční náklad bude 15% daň DPH, která se také odvíjí od velikosti prodeje a ceny.

Tabulka č. 6 Vstupní náklady a měsíční poplatky prodejní portály

Typ prodeje	Vstupní náklady: výrobky	Měsíční poplatky: poplatky za prodej, daně	Náklady na nákup a dopravu materiálu
Prodejní portály	8000,-Kč	8%+15% dle objemu prodeje	3000,-Kč

6.3 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 2 - 6 v kapitole 6.1. 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. 7 Porovnání nákladů v Kč vybraných forem prodeje

Forma prodeje	Vstupní náklady	Měsíční poplatky	Náklady na nákup materiálu	Celkem
Prodejna v centru	101000	62250	3000	165250
Prodejna na sídlišti	49000	40250	3000	92250
Přímý prodej, jarmark, trh	9300	Dle objemu prodeje 15%	3000	11000 + 15% = 12650
E – shop, webové stránky	8000	500 + 15% daň dle objemu prodeje	3000	11500 + 15% = 13225
Prodejní portály	8000	8% + 15% dle objemu prodeje	3000	11000 + 23% = 13530

Tabulka č. 7 ukazuje porovnání nákladů mezi zvolenými formami prodeje. Díky porovnání bylo zjištěno, jaká forma prodeje je pro malého začínajícího řemeslníka s ruční výrobou nejvýhodnější. Z hlediska minimálních nákladů je nejvhodnější forma přímého prodeje. Jako další možnosti prodeje vyšly prodejní portály a webové stránky. Kamenné prodejny nesou vyšší vstupní i měsíční náklady, které je zapotřebí pro živnostníka zajistit.

6.4 Shrnutí a návrh prodeje

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. 7. 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 byl nabízen 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 6 tabulky č. 7 této bakalářské práce. Z uvedených možností vhodné formy prodeje vlastních výrobků vychází nejlépe nabídka přímým prodejem, prodejními portály 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. Pro možnosti provozování prodeje s ruční výrobou v kamenné prodejně v Liberci by bylo zapotřebí měsíčně vyrobit vlastních výrobků v hodnotě 65250,-Kč. Při prodeji výrobku za cenu 428,-Kč, by bylo zapotřebí vyrobit 153 výrobků při této ceně měsíčně. To znamená, denně vyrobit 5 kusů vyrobeného výrobku, kde výroba jednoho výrobku trvá 4-5 hodin. Což není časově možné. S pomocí rozšířeného sortimentu by sice stačilo vyrobit méně kusů, 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 jeden kus výrobku za 3 dny a pokrýt tak měsíční náklady u těchto nabídek prodeje. 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 starat o odvody na sociálním a zdravotním pojištění.

7. ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo zjistit, jaká forma prodeje je vhodná pro řemeslnou výrobu. Zda je nutné k prodeji výrobků zřízení kamenné prodejny, kde jsou zapotřebí mimo pořizovacích nákladů i vstupní náklady spojené s nájmem, zálohami na energii, zařízení prodejny, mzdovými náklady, kterých se často nedostává malým začínajícím řemeslníkům. Nebo spíše možnost prodeje vlastních výrobků na jednorázových akcích, webových stránkách, internetových prodejních portálech, kde je náklad jednorázový ve formě benzínu a zaplacení místa na akci. Také členský příspěvek na prodejních internetových portálech, který je oproti nákladům na vedení kamenné prodejny zanedbatelný. Zamýšlený prodej vlastních výrobků s rozšířeným sortimentem od výrobců řemeslné výroby by byl vhodný pro kamennou prodejnu. Ta je náročná pro malého začínajícího živnostníka díky vysokým vstupním nákladům, ale i měsíčním platbám, které byly zjištěny v kapitole 6.2. této bakalářské práce.

Dále byl proveden dotazníkový průzkum s výrobcí, prodejci, zákazníky, kteří se věnují řemeslné výrobě nebo se s tímto typem obchodu setkali a mají zkušenosti. V Liberci byly navštíveny některé prodejny, které se zabývají prodejem textilních řemeslných výrobků. Dále byl proveden průzkum pomocí dotazníku na webových stránkách, kde bylo možno odpovídat na otázky týkající se řemeslné výroby a prodeje vlastních výrobků. V kapitole č. 5 bylo závěrem dotazování zjištěno, že většina začínajících výrobců a prodejců textilní výroby se již předem seznámila s problematikou prodeje, jejich konkurencí, volbou stanovení ceny, možností forem prodeje řemeslné výroby a dalšími otázkami kolem podnikání s vlastními výrobky.

Byla provedena kalkulace vybraných ručně vyrobených výrobků. Ruční výroba je nedocenená, a ti kteří se jí rozhodnou věnovat to dělají z lásky k řemeslu. Ruční výrobou malých, drobných textilních předmětů není možnost získání vysokého zisku. Kalkulací v kapitole 4.3 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 o náklady provozní. 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.

Při nabídce produkce vlastní výroby ručních výrobků je nejvhodnější forma prodeje na trzích jako jednorázových akcí, webových stránkách a prodejních internetových portálech. Zde bude prodejce i výrobce v jednom počítat s menšími náklady než u zřízení kamenné prodejny. Všechny ostatní náklady by se odrazily v ceně výrobku a tudíž by byl pro zákazníka příliš drahý. Tyto formy prodeje jsou pro řemeslníka vhodné jako vedlejší činnost k zaměstnání, kde se nemusí starat o odvody na sociálním a zdravotním pojištění.

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: Cevalova.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] Domov harcov. Domov harcov [online]. 2016 [cit. 2016-07-20]. Dostupné z: <http://www.domov-harcov.cz/clanek/zobraz/chranene-zamestnavani>
- [13] 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>
- [14] Živnostenský zákon. In: Business center [online]. [cit. 2016-06-19]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/>
- [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, 2015.
- [19] ŠVIHOVÁ, Hana. STRATEGIE PRODEJE GALANTERNÍHO ZBOŽÍ V LIBERCI. Liberec, 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>

<https://www.stoklasa.cz/index.php?skupina=h01&pocetfotek=96&text=př%C3%ADze&rozsi-renyFiltr=1&barva=>

Seznam obrázků

Obr. č. 1 Porterův model

Obr. č. 2 Čepice a nákrčník

Obr. č. 3 Čepice s bambulí a šála

Obr. č. 4 Saténové mandaly

Obr. č. 5 Aplikace z flitrů

Obr. č. 6 Obava z podnikání s řemeslnou výrobou

Obr. č. 7 Problematika výroby a prodeje řemeslných výrobků

Obr. č. 8 Založení živnosti

Obr. č. 9 Konkurence v okolí

Obr. č. 10 Dostupnost prodejny

Obr. č. 11 Nástroje

Obr. č. 12 Použitý materiál

Obr. č. 13 Stanovení ceny

Obr. č. 14 Vlastní výrobky versus dodavatelé

Obr. č. 15 Délka podnikání

Seznam tabulek

Tabulka č. 1 Obecné budoucí náklady živnostníka

Tabulka č. 2 Vstupní náklady a měsíční poplatky prodejna centrum

Tabulka č. 3 Vstupní náklady a měsíční poplatky prodejna sídliště

Tabulka č. 4 Vstupní náklady a měsíční poplatky přímý prodej

Tabulka č. 5 Vstupní náklady a měsíční poplatky e – shop, webové stránky

Tabulka č. 6 Vstupní náklady a měsíční poplatky prodejní portály

Tabulka č. 7 Porovnání nákladů vybraných forem prodeje

Seznam příloh

Příloha 1 Obrázky výrobků a aplikací vlastní výroby

Příloha 2 Dotazník č.1 použit při přímém dotazování

Příloha 3 Dotazník č.2 odeslán internetovým odkazem

Příloha 1

Obrázky výrobků a aplikací vlastní výroby

Aplikace na čepicích



Satéňové mandaly s flitry



našíť saténová mandala na šaty



komplet čepice a nákrčníkem s našitými flitry



flitrový nápis na tričko

Příloha 2

DOTAZNÍK č.1

Děkuji za vyplnění tohoto krátkého dotazníku. Všechny informace budou použity pro pomoc při rozhodování založení vlastního podnikání s ruční výrobou textilních výrobků.

Nikde nebudou zveřejněni ani zneužity třetí osobou.

Pro sběr informací k pomoci při založení budoucí živnosti bylo dotazováno 18 respondentů náhodně vybraných v Liberci. Tito byli tázáni v období měsíce června 2016

Dotazování bylo provedeno v kamenných prodejnách v Liberci.

1. Měli jste obavy z podnikání s řemeslnou výrobou?

ano	spíše ano	spíše ne	ne

2. Zajímali jste se o problematiku prodeje řemeslné výroby ještě před podnikáním?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) velmi málo
- d) vůbec ne

3. Jaká forma podnikání byla pro vás nejvhodnější?

- a) s živností
- b) bez živnosti

4. Zajímali jste se o konkurenci ve vašem okolí?

ano	spíše ano	spíše ne	ne

5. Byla pro vás v podnikání důležitá poloha prodejny (dostupnost zákazníkům)?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

6. Jaké nástroje jste použili k získání svých zákazníků?(všechny varianty)

- a) levnější zboží
- b) možnost slev
- c) dárkové karty
- d) reklamou
- e) akce 1+1 zdarma
- f) výhodnější balíčky

7. Používáte na vaše výrobky přírodní materiály nebo spíše chemické?

- a) většinou přírodní materiály
- b) většinou chemická vlákna
- c) v kombinaci
- d) neřeším materiál (dle barvy, síly, atd.)


8. Jakou metodou jste stanovili cenu výrobků?

- a) nákladovou metodou
- b) přírážkovou metodou
- c) dělením s poměrovým číslem
- d) prostým dělením

9. Nabízíte nejen vlastní výrobky, ale i výrobky od dodavatelů jiné řemeslné výroby

ano	ne

10. Jestliže jste odpověděli v předešlé otázce „ano“ jaký sortiment ještě nabízíte?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the respondent to write their answer to question 10.

11. Jak dlouho podnikáte s řemeslnou výrobou?

- a) jeden rok
- b) méně než pět let
- c) méně než deset let
- d) více než deset let
- e) nad 20 let

Příloha 3

DOTAZNÍK č.2 – odkaz na stránku

Děkuji za vyplnění tohoto krátkého dotazníku. Všechny informace budou použity pro pomoc při rozhodování založení vlastního podnikání s ruční výrobou textilních výrobků. Nikde nebudou zveřejněny ani zneužity třetí osobou.

Odkaz na dotazník č. 2 <http://www.surveio.com/survey/d/W1V9O3N9A4Z3K1X4E>

1. Uvažovali jste o prodeji vlastních výrobků na webových stránkách?

- a) ano
- b) ne

2. Zjišťovali jste si, jak funguje prodej vlastních výrobků na internetu?

- a) ano
- b) trochu
- c) ne

3. Měli jste obavy z podnikání s řemeslnou výrobou?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

4. Zajímali jste se o problematiku prodeje řemeslné výroby ještě před podnikáním?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) velmi málo
- d) vůbec ne

5. Jaká forma podnikání byla pro vás nejvhodnější?

- a) s živností
- b) bez živnosti

6. Zajímalí jste se o konkurenci na internetu?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

7. Jaké nástroje jste použili k získání svých zákazníků?(všechny varianty)

- a) nižšími cenami
- b) reklamou
- c) poštovné zdarma
- d) dárkové karty
- e) splátkový prodej
- f) akce 1+1

8. Používáte na Vaše výrobky přírodní materiály nebo spíše chemické?

- a) přírodní materiály
- b) chemická vlákna
- c) kombinace vláken
- d) materiál neřeším (dle barvy, síly, dostupnosti, atd.)

9. Jakou metodou jste stanovili cenu výrobků, aby živnost prosperovala a nebyla ztrátová?

- a) nákladovou metodou
- b) přírážkovou metodou
- c) dělením s poměrovým číslem
- d) prostým dělením

10. Jak dlouho podnikáte na internetu s řemeslnou výrobou?

- a) 1 rok
- b) více jak 3 roky
- c) 3 až 5 let
- d) 5 až 10 let