

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu, cestovního ruchu a jazyků

Bakalářská práce

Nákup a dovoz čaje v zásobování franchisingového řetězce Dobrá čajovna

Vypracoval: Matis Jan, Vedoucí práce: Tichá Lucie, Ing. Ph.D.

České Budějovice 2023/24

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta
Akademický rok: 2022/2023

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Jan MATIS
Osobní číslo: E21460
Studijní program: B0413A050023 Ekonomika a management
Téma práce: Nákup a dovoz čaje v zásobování franchisingového řetězce Dobrá čajovna
Zadávající katedra: Katedra obchodu, cestovního ruchu a jazyků

Zásady pro vypracování

Cíl práce:

Cílem bakalářské práce je na základě analýzy forem nákupu a způsobů dovozu čaje v systému zásobování franchisingového řetězce Dobrá čajovna hodnotit současný stav a navrhnout možná opatření na zlepšení.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury.
2. Výzkum forem nákupu vybrané komodity.
3. Analýza způsobů dovozu vybrané komodity.
4. Návrh možných opatření a konzultace s provozovatelem podniku.
5. Závěr.

Rámcová osnova:

1. Úvod.
2. Literární rešerše.
3. Cíle a metody.
4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání.
5. Vlastní návrhy.
6. Závěr.
7. Seznam literatury.
8. Přílohy.

Rozsah pracovní zprávy: 40 – 50 stran

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam doporučené literatury:


Krueger, A. O. (2020). *International trade: what everyone needs to know*. Oxford University Press.
Lochmannová, A. (2022). *Logistika: základy logistiky*. (aktualizované 3. vydání). Computer Media.
Machková, H. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. Praha, Grada 2010.

Řezníčková, M. (2009). *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. C.H Beck.
Švihnos, M. (2013). *Dovoz zboží z Číny: import snadno, bezpečně a legálně*. Internet Consulting.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Lucie Tichá, Ph.D.**
Katedra obchodu, cestovního ruchu a jazyků

Datum zadání bakalářské práce: **27. února 2023**

Termín odevzdání bakalářské práce: **14. dubna 2024**


doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 123
370 05 České Budějovice


doc. Ing. Roman Švec, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 27. února 2023

Prohlášení

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

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

V Českých Budějovicích

.....Matis Jan

Poděkování

Chtěl bych upřímně poděkovat paní Ing. Ph.D. Tiché Lucii za její vynikající vedení a cenné rady poskytnuté během kontroly mé bakalářské práce. Její odborné znalosti a ochota naslouchat mi byly velkým přínosem.

Díky její pečlivosti a preciznosti jsem byl schopen dosáhnout vyšší úrovně kvality v mé práci. Její zkušenosti a vedení mi pomohly překonat obtíže a úspěšně dokončit mou práci.

Obsah

1. ÚVOD	3
2. CÍL A METODIKA	4
2.1. Cíl:	4
2.2. METODIKA:	4
3. TEORETICKÁ ČÁST	5
3.1. FRANCHISING	5
3.1.1. <i>Druhy franchisingu</i>	6
3.1.2. <i>Mezinárodní franchising</i>	7
3.1.3. <i>Výhody a nevýhody franchisingu</i>	9
3.2. DOVOZ POTRAVIN	11
3.2.1. <i>Legislativa dovozu potravin do ČR</i>	11
<i>Dovoz potravin ze zemí EU</i>	12
<i>Dovoz potravin ze zemí mimo EU</i>	13
3.2.2. <i>Dovoz čaje do ČR</i>	14
3.3. DOBRÁ ČAJOVNA	20
3.3.1. <i>Historie Spolku milců čaje s.r.o.</i>	20
3.3.2. <i>Organizační struktura</i>	21
3.3.3. <i>Dobré čajovny v ČR a v Zahraničí</i>	21
3.3.4. <i>Vize Dobré čajovny</i>	22
3.3.5. <i>Pečetidla čistoty čaje</i>	22
4. PRAKTICKÁ ČÁST	24
4.1. VÝBĚR DODAVATELE	24
4.2. SOUČASNÉ METODY VÝBĚRU KOMODITY	26
4.3. KONTROLA KVALITY A CERTIFIKACE	27
4.4. PROBLÉMY S DOVOZEM KOMODITY A JEJÍ KVALITOU	29
4.5. PŘÍPADOVÁ STUDIE	30

4.5.1.	<i>Případová studie dovozní oblasti Čína</i>	33
4.5.2.	<i>Případová studie dovozní oblasti Japonsko</i>	42
4.5.3.	<i>Případová studie dovozní oblasti Indie</i>	51
5.	ZÁVĚR	60
5.1.	SUMMARY	62
5.2.	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	63
5.3.	SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ	65

1. Úvod

Franchisingové modely se staly jedním z klíčových nástrojů v podnikání, umožňujícím rychlý rozvoj a šíření značek a konceptů podnikání. V rámci tohoto dynamického prostředí hraje zásobovací řetězec klíčovou roli, zejména pokud jde o segment specializovaných obchodů, jako jsou čajovny. Dobrá čajovna, jako přední představitel tohoto odvětví, čelí řadě výzev při optimalizaci svého zásobovacího řetězce a řízení nákladů spojených s dovozem čaje z různých částí světa.

Tato práce se zaměřuje na analýzu forem nákupu a způsobů dovozu čaje v rámci zásobování franchisingového řetězce Dobrá čajovna. Cílem bakalářské práce je na základě analýzy forem nákupu a způsobů dovozu čaje v systému zásobování franchisingového řetězce Dobrá čajovna zhodnotit současný stav a navrhnout možná opatření na zlepšení. Práce se zaměří na to jak, identifikovat hlavní náklady při dovozu konkrétních čajů, zjistit, jaký vliv mají certifikace a doprava na celkové náklady a jak lze optimalizovat systém provizí pro prodej čaje franchisantům od franchisora.

Práce se opírá o důkladnou analýzu jednotlivých dovozních oblastí, jako jsou Čína, Japonsko a Indie, a zjišťuje rozdíly v požadovaných certifikacích a nákladech na dopravu. Zároveň se zabývá strategiemi nastavení provizí v závislosti na charakteristikách jednotlivých čajů a regionů.

V rámci úvodní části se představí kontext tématu, včetně významu franchisingu v současném podnikatelském prostředí. Dále se práce zaměří na dovoz potravin do České republiky. Zejména pak na dovoz vybrané komodity do České republiky.

V poslední úvodové části se pak práce zaměří na samotnou Dobrou čajovnu.

2. Cíl a Metodika

2.1. Cíl:

Cílem bakalářské práce je na základě analýzy forem nákupu a způsobů dovozu čaje v systému zásobování franchisingového řetězce Dobrá čajovna zhodnotit současný stav a navrhnout možná opatření na zlepšení. Dílčími cíli je popsat způsob výběru dodavatele, a s tím spojené metody výběru komodity. Dále je cílem nastínit procesy spojené s kontrolami a certifikacemi a identifikovat případné problémy a problematické oblasti, které se mohou vyskytnout v průběhu tohoto procesu.

2.2. Metodika:

Definování cíle, na základě analýzy forem nákupu a způsobů dovozu čaje v systému zásobování franchisingového řetězce Dobrá čajovna zhodnotit současný stav a navrhnout možná opatření na zlepšení.

Provedení kvalitativního výzkumu. Příprava scénáře, který obsahuje dílčí témata týkající se nákupu a dovozu čaje do franchisingového řetězce Dobrá čajovna. Provedení individuálního hloubkového rozhovoru s majitelem Dobré čajovny v Českém Krumlově, za účelem zjistit veškeré procesy nákupu a dovozu čaje do franchisingového řetězce Dobrá čajovna, na základě, kterých bude provedena případová studie.

Provedení případové studie, která bude sloužit jako analýza pro důkladné zmapování kroků souvisejících s dovozem čaje do sítě dobrých čajoven, a identifikace konkrétních nákladů spojených s dovozem. Využití aplikace celní správy TaricCZ, pro analýzu celních sazeb a daní. Stanovení nákladů, zkoumání a analýza dovozu konkrétního čaje. Vypracování kalkulace nákladů a následné zhodnocení současného stavu s návrhem možných opatření pro zlepšení. Stanovení nákladů, zkoumání a analýza dovozu konkrétního čaje. Na základě vypracované kalkulace nákladů zhodnocení současného stavu, a navržení možných opatření pro zlepšení.

Analýza obsahu případové studie. (Tahal, 2022)

3. Teoretická část

3.1. Franchising

Franchising je obchodní model, ve kterém poskytovatel franšízy (franchisor) uděluje právo jiné osobě (franchisantovi) podnikat pod jeho obchodním jménem, obchodní značkou a využívat jeho podnikatelský koncept. Tento systém vytváří komplexní a dlouhodobý vztah, kde se koncepce podnikání dále rozvíjí, a zdroje pro tento rozvoj poskytují jak poskytovatel franšízy, tak i jeho franchisanti. (Machkov a kol., 2002)

V praxi lze franchising definovat jako soubor práv k průmyslovému nebo duševnímu vlastnictví, jako jsou ochranné známky, obchodní jména, označení obchodníků, užité vzory, autorská práva, know-how nebo dokonce patenty. Tyto prvky mají být využity k prodeji zboží nebo poskytování služeb koncovým zákazníkům. (Machkov a kol., 2002)

Ve skutečnosti to znamená, že franchisant má právo využívat obchodní značky, obchodní jméno a obchodní koncept poskytovatele franšízy při svém podnikání. Klíčovým prvkem této spolupráce je franchisingová smlouva, která stanovuje podmínky této obchodní dohody. Poskytovatel franšízy vytváří systém distribuce zboží nebo služeb pomocí těchto smluv, což by sám pravděpodobně nebyl schopen dosáhnout bez významného finančního a lidského úsilí. (Machkov a kol., 2002)

Franchising je často vnímán více jako distribuční než výrobní model. Jestliže franšiza zahrnuje také právo výroby, obvykle se jedná o technologicky méně náročné výrobky. V tomto případě se spíše jedná o udělování prodejních licencí než o licenční smlouvy v klasickém smyslu. Franchising se zaměřuje na obchodní jméno, ochranné známky, obchodní značky a know-how. (Machkov a kol., 2002)

V praxi poskytuje franchisor nabyvateli franšízy přístup na trh, stanovuje cenovou politiku a podmínky prodeje. Organizačně vytváří jednoduchou strukturu s jasně definovanými kompetencemi. Nabyvatel franšízy se stává samostatným podnikatelem, přičemž poskytovatel franšízy představuje celkovou koncepci podnikání, včetně financování, školení pracovníků a podpory v právních a účetních otázkách. (Machkov a kol., 2002)

3.1.1. Druhy franchisingu

Franchising můžeme klasifikovat dle několika hledisek.

a) *Historické hledisko*

Výrobní franchising: franchising zaměřen na prodej určitého produktu, a jeho přesný postup výroby

Podnikatelský franchising: franchising zaměřen na provozování podnikání, kdy franchisant získá ověřený podnikatelský nápad, pomoc při vyhledání místa k založení podniku, včetně pomoci založení podniku, eventuálně i finanční pomoc. (Řezníčková, 2009)

b) *Předmět franchisingu*

Průmyslový franchising: franchising zaměřen na výrobu a prodej výrobků.

Distribuční franchising: franchising zaměřen na prodej výrobků.

Franchising služeb: franchising zaměřen na poskytování služeb.

Velkoobchodní franchising: franchising zaměřen na podnikání na velkoobchodní úrovni. (Řezníčková, 2009)

c) *Osoba franchisanta*

Franchising mezi fyzickými osobami.

Franchising mezi právnickými osobami.

Smíšený franchising. (Řezníčková, 2009)

d) *Vertikální členění*

Jednostupňový franchising: franchisor poskytuje franchising pouze franchisantům na stejné úrovni.

Vícestupňový franchising: franchising ve kterém existuje více úrovní franchisantů. (Řezníčková, 2009)

e) *Vztahy ke třetím osobám*

Master-franchising: franchisor poskytuje franchisantovi právo poskytovat franchising dalším franchisantům.

Jednoduchý franchising: franchisant má zakázanou jakoukoliv činnost, která by vedla k prozrazení důležitých informací a údajů týkajících se franchisového systému třetím osobám. (Řezníčková, 2009)

f) *Hledisko teritoriální*

Národní franchising: vztahy jsou uskutečňovány mezi franchisorem a franchisantem z téhož státu.

Mezinárodní franchising: franchising je poskytován franchisantovi do jiného státu. (Řezníčková, 2009)

g) *Výlučnost(exkluzivita) výrobků*

Minifranchising: franchisor poskytuje právo na prodej exkluzivních výrobků na předem určené území, reklamní materiál, vstupní kapitálový vklad, dodržování předepsaných cen, zařízení prodejen.

Franchising týkající se běžného sortimentu výrobků. (Řezníčková, 2009)

3.1.2. Mezinárodní franchising

Mezinárodní franšizing představuje složitější dynamiku než franšizing domácí, zejména pokud jde o konfiguraci franšizových sítí. I když stále klíčovými aktéry v těchto sítích zůstávají poskytovatel franšizy a její franšizanti, mezinárodní poskytovatelé franšizy v 21. století operují v prostředí propojených vztahů, které nemusí vždy plně ovládat. Tyto vztahy mohou zahrnovat tržní a institucionální síly, stejně jako politická omezení.

V mezinárodním měřítku je přijetí přímé franšizy omezené kvůli vysokým nákladům na monitorování. Častěji se využívá model master franchisingu, kde třetí straně jsou přidělena práva na rozvoj a řízení franšizové sítě v určitém geografickém trhu. Tato dohoda je komplexní a často vyžaduje místní adaptaci v oblastech, jako jsou licenční poplatky a franšizové podmínky. Tato složitost způsobuje nejistotu a komplikuje hodnocení výkonnosti v mezinárodním franšizingu. (Rosado – Serrano a kol., 2018)

Přímá franchisingová smlouva

Jednou z nejjednodušších forem franšizové spolupráce je přímá franšizová smlouva. Tato smlouva vzniká přímo mezi poskytovatelem franšizy (nebo sub-franšizorem) a nabyvatelem franšizy (franšizantem). Stejně jako v případě domácí franšizy, i přímá franšiza vyžaduje od poskytovatele franšizy značné zdroje na podporu odborné přípravy, nábory a podpory. Tento proces je obvykle centralizovaný.

Přímá franšizová smlouva se osvědčuje zejména v situacích, kdy se expanduje na trh, který je blízký domácímu prostředí. Tato blízkost může být kulturní nebo legislativní. Například, při expanzi z Česka na Slovensko lze využít přímou franšizu, kde je podobnost v kulturním a právním kontextu mezi oběma zeměmi. Tento model umožňuje efektivní přenos know-how a osvědčených postupů mezi franšizantem a poskytovatelem franšizy, což usnadňuje úspěšný vstup na nový trh. (PROFIT system franchise services s.r.o., 2021)

Master-franchisingová smlouva

Druhou a běžnou metodou provádění mezinárodního franšizingu je v současné době prostřednictvím master-franšizové smlouvy. Tato smlouva se zaměřuje na územní přístup, kde poskytovatel master-franšizy uděluje nabyvateli exkluzivní práva na rozvoj značky v jiné zemi, státě nebo regionu. Pro master-franšizanta představuje tato smlouva možnost získat výhradní přístup k uznávané značce a využít know-how k rychlému získání tržního podílu v novém regionu.

Master-franšizant, jako místní partner se znalostí svého regionu, přebírá odpovědnost za budování vlastního byznysu, zejména v oblasti vyřizování byrokratických záležitostí na neznámém území. Tímto způsobem poskytovatel master-licence může minimalizovat náklady a rizika spojená se vstupem na nový trh.

V rámci master-franšizové smlouvy je nabyvatel franšizy ochoten zaplatit vyšší poplatek za územní exkluzivitu, který reflektuje velikost jemu svěřeného území, obvykle představujícího jeden stát. Master-franšizant se zavazuje otevřít předem dohodnutý počet poboček v určitém časovém rámci a má právo uzavírat smlouvy s dalšími franšizanty na svém území. Tím dosahuje vyšších příjmů a funguje jako prostředník mezi poskytovatelem master-franšizy a franšizanty na svém území. Investice do získání master-franšizové licence může být vysoce zisková, pokud je správně implementována na trhu, který je pro ni připraven. (PROFIT system franchise services s.r.o., 2021)

Dceřiná společnost

Efektivním přístupem k vstupu na zahraniční trh s franšizovým konceptem je vytvoření dceřiné společnosti poskytovatelem licence přímo na cílovém trhu. Tato dceřiná firma má za úkol řídit a podporovat rozvoj franšizové sítě v daném regionu. Tato strategie se osvědčuje zejména v případě větších trhů s vysokým potenciálem. Ačkoliv tato metoda může být nákladnější při zavádění nového franšizového konceptu, poskytuje společnosti plnou kontrolu nad procesem expanze. Kromě toho, začleněním a školením místního managementu v oboru může tato strategie vést k optimálním výsledkům ve všech aspektech provozu franšizové sítě. (PROFIT system franchise services s.r.o., 2021)

Joint Venture

Alternativou k vytvoření dceřiné společnosti je forma Joint Venture, kdy poskytovatel franšizy vytvoří společný podnik s mezinárodním partnerem nebo celou zahraniční společností. Vzniklý subjekt bude následně rozvíjet franšizovou síť v daném regionu.

Tato strategie je obecně ekonomičtější než expanze prostřednictvím dceřiné společnosti, což je zejména výhodné pro velké a vzdálené trhy. Výhody Joint Venture zahrnují místního partnera s přímou znalostí trhu a rozložení rizikové a finanční zátěže, například prostřednictvím zahájení pilotních provozoven ve společném vlastnictví. Je však nutné vzít v úvahu, že obě strany musí souhlasit s podílem na dosažených ziscích. (PROFIT system franchise services s.r.o., 2021)

Regionální zástupce

Posledním způsobem, jak franšízové koncepty mohou rozšiřovat svou působnost za hranice domácích trhů, je delegování odpovědnosti za vstup do nové oblasti na místního regionálního zástupce. Tímto zástupcem může být první franšízant na daném trhu nebo, v případě více franšízantů, ten s největším nebo nejúspěšnějším podnikáním. Tato spolupráce s individuálními franšízanty je v tomto případě založena na přímém franšízingu. Rozvoj podnikání může trvat déle, ale tato metoda mezinárodního franšízingu vyžaduje pouze malou investici, protože regionální zástupce získává provizi z franšízových poplatků, které inkasuje franšízor. (PROFIT system franchise services s.r.o., 2021)

3.1.3. Výhody a nevýhody franchisingu

Hlavními výhodami franchisového podnikání jsou finanční prostředky, rychlý růst, motivované vedení a nižší riziko. Nicméně existuje řada dalších důvodů, proč se podnikatelé rozhodují pro franchisingový model podnikání. (Siebert 2015)

Finanční prostředky jsou jednou z nejčastějších překážek expanze, se kterými se malé podniky potýkají. (Siebert 2015)

Franchising umožňuje podnikatelům rychle zaujmout vedoucí pozici na trhu před konkurencí. Franchisant přebírá klíčové úkoly, zatímco příjemce franchisy dostává potřebné rady. Tímto způsobem podnikatelé nejen získávají finanční podporu, ale také efektivně využívají lidské zdroje, což umožňuje rychlejší proniknutí na trh a předběhnutí větších konkurentů. (Siebert 2015)

Majitelé firem často zápasí s hledáním a školením manažerů, kteří následně mohou odejít nebo přejít k konkurenci. Franchisový model řeší tyto problémy tím, že manažera nahrazuje samotný majitel. Franchisant, vlastník s osobním zájmem na úspěchu, nahrazuje externího manažera, což eliminuje problémy dohledu na dálku. Odměna

franchisanta je přímo spojena s úspěchem podniku, často prostřednictvím podílu na ziscích. (Siebert 2015)

Franchising také snižuje riziko pro franchisora. Veškerou odpovědnost za investice do franchisového provozu nese nabyvatel franchisy. Platí veškeré stavební úpravy, nakupuje veškeré zásoby, najímá zaměstnance a přebírá odpovědnost za provozní kapitál potřebný k založení podniku. (Siebert 2015)

Franchising samozřejmě není bez nevýhod. Stejně jako každá jiná forma rozšířeného podnikání s sebou nese určité nevýhody, které je potřeba zvážit.

Jednou z nevýhod je nižší zisk. Franchising nabízí jistý příjem z licenčních poplatků a dalších zdrojů, ale omezuje potenciální zisk, který byste dosáhli vlastněním a provozováním jednotlivých franchisových jednotek. (Siebert 2015)

Jako franchisant nemáte plnou kontrolu nad každodenním provozem, včetně zaměstnanců, dodavatelů a cenové politiky nabyvatele franchisy. Omezení této kontroly může být vnímáno jako potenciální problém. Kromě toho, pokud uvažujete o ukončení franchisové smlouvy, musíte prokázat porušení smlouvy a poskytnout franchisantovi příležitost k nápravě před ukončením. To omezuje vaši flexibilitu ve srovnání s vlastněným a provozovaným podnikem. (Siebert 2015)

Franchising sice přináší výhody levnější expanze, ale nový franchisant musí počítat s náklady na vytvoření podnikatelského plánu, právních dokumentů, školení zaměstnanců, marketingu a dalších oblastí. Tyto investice jsou klíčové pro úspěch franchisového podnikání, ačkoli obvykle jsou nižší než náklady na otevření nové vlastněné provozovny. Správně odhadnutý kapitál je klíčový pro úspěšný vstup do franchisingu. (Siebert 2015)

3.2. Dovoz potravin

3.2.1. Legislativa dovozu potravin do ČR

Potraviny které jsou dostupné na trhu v rámci EU, musí splňovat požadavky dané nařízením (ES) č. 178/2002, které stanovuje obecné zásady a požadavky potravinového práva. Účelem tohoto nařízení je zajistit ochranu lidského zdraví a zájmy spotřebitelů v oblasti potravin. Nařízení se týká fází výroby, zpracování i distribuce potravin, včetně dovozu i vývozu. (esipa.cz, 2002)

“Musí dále také splňovat obecné požadavky na označování stanovené nařízením (EU) č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům. Některé požadavky na označování byly také zapracovány do zákona č. 110/1997 Sb., ve znění pozdějších předpisů a vyhlášky č. 417/2016 Sb., o některých způsobech označování potravin.“ (eagri.cz, 2018)

Při importu zboží je primárně nezbytné absolvovat celní procedury prostřednictvím celní správy a uhrazení příslušného cla. Součástí této procedury je prezentace faktury, která potvrzuje nákup a hodnotu importovaného zboží, a vyplnění Celního prohlášení na Jednotném správním dokladu (JSD). (businessinfo.cz, 2016)

Celní řízení podléhá novému Celnímu kodexu EU, který byl implementován od května 2016 a nahradil předchozí Celní zákoník Společenství, účinný od 1. ledna 1994. Tímto kodexem se řídí celní orgány členských států v souladu s Nařízením Rady (EHS) č. 2913/92 ze dne 12. října 1992. (businessinfo.cz, 2016)

Od května 2016 platí nový Celní kodex EU, který sjednocuje pravidla pro vývoz a dovoz zboží v rámci celé Evropské unie. Tyto změny výrazně ovlivňují postupy pro dovozce zboží do EU a také nařizují povinnou elektronickou komunikaci mezi úřady a firmami. Významná inovace spočívá v tom, že od května 2016 musí být veškerá clo na dovážené zboží do EU zabezpečena peněžní kaucí. Nově je však možné, aby tuto záruku poskytla i třetí strana místo samotného dovozce. Tyto změny představují výzvu zejména pro společnosti, které se zabývají zahraničním obchodem se zeměmi mimo EU. (businessinfo.cz, 2016)

Vlastní clo na zboží se stanovuje celním úřadem v souladu s celní sazbou, která je specifikována v celním sazebníku Společenství. Tato sazba je individuální pro každý typ zboží.

Při uvolnění dovezeného zboží do volného oběhu v České republice se kromě clu vyměřuje daň z přidané hodnoty (DPH) v základní sazbě 21 % nebo ve snížených sazbách 15 % nebo 10 %.

V případě výrobků podléhajících spotřební dani je rovněž nutné odvést tuto daň, jejíž výše je stanovena zákonem č. 353/2003 Sb o spotřebních daních. (businessinfo.cz, 2016)

Dovoz potravin ze zemí EU

Při dovozu potravin z jiných členských států Evropské unie se jedná o tzv. volný pohyb zboží. K obchodování není potřeba mít speciální povolení ani certifikáty. Nicméně potraviny musí splňovat příslušné právní předpisy, a musí být bezpečné. (eagri.cz, 2018)

Obecné požadavky:

Všechny potraviny uváděné na trh v rámci EU musí splňovat obecné požadavky na označování stanovené nařízením (EU) 1169/2011. V České republice byly požadavky na označování zapracovány do zákona č. 110/1997 Sb., ve znění pozdějších předpisů a vyhlášky č. 417/2016 Sb., která stanovuje způsob označování potravin. (eagri.cz, 2018)

Významným nařízením je předpis Evropského parlamentu a Rady č. 178/2002/ES, který určuje obecné zásady a požadavky potravinové legislativy, zakládá Evropský úřad pro bezpečnost potravin a specifikuje postupy související s bezpečností potravin v souladu s následnými právními předpisy. (eagri.cz, 2018)

Máme dvě skupiny, do kterých potraviny mohou spadat.

Sféra harmonizovaná, ve které existuje pro potraviny evropský právní předpis. V tomto případě musí potravina splňovat požadavky stanovené v příslušném evropském právním předpisu. (szpi.gov.cz, 2023)

Sféra neharmonizovaná, ve které neexistuje pro potraviny evropský právní předpis. Zde pak platí, že pokud potravina byla vyprodukována v souladu s požadavky národního předpisu té členské země, kde byla potravina vyrobena, nesmí být odmítnuta v jiném členském státě EU. Je zde uplatňován princip vzájemného uznávání. Princip vzájemného uznávání je upraven v § 11a zákona o potravinách a je základním principem pro uvádění potravin z jiných členských států EU na český trh. (szpi.gov.cz, 2023)

Volný pohyb zboží byl od vzniku Evropských společenství jedním ze čtyř základních principů. Tato svoboda napomáhá vytvoření jednotného trhu na celém území EU.

Klíčovým předpokladem pro volný pohyb zboží je harmonizace národních předpisů jednotlivých zemí s evropskými normami. Možnost volného pohybu zboží je podporována také tím, že všechny členské státy uplatňují podobné postupy dozoru nad bezpečností potravin. (szpi.gov.cz, 2023)

Členské státy EU:

Belgie, Bulharsko, Česká republika, Dánsko, Estonsko, Finsko, Francie, Chorvatsko, Irsko, Itálie, Kypr, Litva, Lotyšsko, Lucembursko, Maďarsko, Malta, Německo, Nizozemsko, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Řecko, Slovensko, Slovinsko, Španělsko, Švédsko. (szpi.gov.cz, 2023)

Princip volného pohybu zboží a vzájemného uznávání není omezen pouze na členské země EU, ale rozšířil se na celý Evropský hospodářský prostor, což zahrnuje Norsko, Lichtenštejnsko a Island. Dále, v souladu s rozhodnutím Rady pro přidružení Turecka k EU o implementaci závěrečné fáze Celní unie, se tato zásada týká také "dovozů a vývozu" mezi členskými státy EU a Tureckem. (szpi.gov.cz, 2023)

Dovoz potravin ze zemí mimo EU

Při dovozu potravin do ČR ze zemí mimo EU není zapotřebí speciální povolení, ani žádné certifikáty, nejedná se o potraviny na které se vztahují předpisy stanovující zvláštní podmínky pro dovoz, jako např. (potraviny živočišného původu, ovoce a zelenina, potraviny které obsahují aditiva...) (szpi.gov.cz, 2023)

I při dovozu potravin do ČR ze zemí třetího světa platí, že rozlišujeme potraviny do sfér harmonizovaných a neharmonizovaných.

V oblasti harmonizovaného regulačního rámce musí potravina odpovídat specifikacím stanoveným v příslušném evropském právním předpisu. Naopak, v případě neharmonizované oblasti musí potravina splňovat požadavky národních předpisů dané členské země, kde byla výrobek vyroben nebo poprvé uveden na trh v rámci EU. (szpi.gov.cz, 2023)

Potraviny podléhající zvláštnímu režimu dovozu do EU lze rozdělit do tří skupin:

Potraviny, jejichž dovoz je zakázán:

Tato skupina zahrnuje potraviny, pro které platí zákaz dovozu nebo dočasná pozastavení podle předpisů EU. (szpi.gov.cz, 2023)

Potraviny, které lze dovážet jen přes stanoviště hraniční kontroly:

Do této kategorie patří potraviny, pro které jsou v předpisech EU stanovena schválená místa vstupu, známá jako stanoviště hraniční kontroly. Kontroly jsou prováděny státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí na těchto stanovištích před uvolněním do režimu volného oběhu. (szpi.gov.cz, 2023)

Potraviny se zvláštními podmínkami dovozu:

Tato skupina zahrnuje potraviny, pro které předpisy EU stanoví mimořádná opatření, jako například požadavek na předložení zdravotního certifikátu nebo dalších průvodních dokumentů. Kontroly jakosti a další úřední kontroly mohou být prováděny Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí. (szpi.gov.cz, 2023)

V rámci této klasifikace je také zohledněna kontrola jakostních požadavků u vybraných komodit, například při dovozu čerstvého ovoce a zeleniny nebo produktů v odvětví vína. (szpi.gov.cz, 2023)

3.2.2. Dovoz čaje do ČR

Dovoz čaje do České republiky z nečlenských zemí EU je ovlivněn řadou faktorů, jako jsou celní sazebníky, dovozní rostlinolékařské kontrola a potravinářská inspekce. Dovážený čaj musí splňovat testy na výskyt pesticidů a jiných škodlivých látek.

Dovoz rostlin a rostlinných produktů ze zemí mimo EU je upravován Zákonem č. 326/2004 Sb., o rostlinolékařské péči. (Celnisprava.cz, 2022)

Tento zákon upravuje pozdější Zákon č. 369/2019 Sb., o rostlinolékařské péči a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony a upravuje postupy při výskytu škodlivých organismů a nákaz v rostlinných produktech, což může ovlivnit dovoz čajových listů. (Zákon č. 369/2019 Sb)

Celní sazebník je seznam cla, který se uplatňuje při dovozu zboží mezi různými zeměmi. Jedná se o oficiální dokument, který lze naléznout na stránkách celní správy České republiky. Je velice podrobný a obsahuje různé sazby pro různé zboží. Sazbu cla ovlivňují různé kritéria, a to o jaký druh zboží se jedná, jeho původ, nebo množství.

Celní sazebník pro vybranou komoditu čaj:

Obrázek 1, Celní sazebník pro vybranou komoditu čaj

KN-kód	TARIC-kód	Název zboží
1	2	3
0900 00 00	00/80	KÁVA, ČAJ, MATÉ A KOŘENÍ
0901 00 00	00/80	Káva, též pražená nebo bez kofeinu; kávové slupky a pulpy; kávové náhražky s jakýmkoliv obsahem kávy
0901 11 00	00/10	- Nepražená káva:
0901 11 00	00/80	- - S kofeinem
0901 12 00	00/80	- - Bez kofeinu
0901 21 00	00/10	- Pražená káva:
0901 21 00	00/80	- - S kofeinem
0901 22 00	00/80	- - Bez kofeinu
0901 90 00	00/80	- Ostatní:
0901 90 10	00/80	- - Kávové slupky a pulpy
0901 90 90	00/80	- - Kávové náhražky obsahující kávu
0902 00 00	00/80	Čaj, též aromatizovaný
0902 10 00	00/80	- Zelený čaj (nefermentovaný) v bezprostředním obalu o obsahu nepřesahujícím 3 kg
0902 20 00	00/80	- Ostatní zelený čaj (nefermentovaný)
0902 30 00	00/80	- Černý čaj (fermentovaný) a částečně fermentovaný čaj, v bezprostředním obalu o obsahu nepřesahujícím 3 kg
0902 40 00	00/80	- Ostatní černý čaj (fermentovaný) a ostatní částečně fermentovaný čaj
0903 00 00	00/80	Maté

Zdroj: <https://www.celnisprava.cz/cz/clo/problematika-taricu/ecit/Documents/kapitoly/09bm.pdf>, 2024

V následujících tabulkách je zachycena situace dovozu a vývozu čaje a maté v České republice, za tři po sobě jdoucí roky (2020, 2021 a 2022) s rozlišením mezi listy čaje a listy maté.

Tabulka 1, Dovoz čaje do ČR

Dovoz čaje do ČR						
Období	Kód zboží	Název zboží	Statistická hodnota CZK	Kód zboží	Název zboží	Statistická hodnota CZK
2020	12712	Listy čaje	84 209 000	12713	Listy maté	13 627 000
2021	12712	Listy čaje	90 265 000	12713	Listy maté	25 764 000
2022	12712	Listy čaje	114 834 000	12713	Listy maté	19 111 000

Zdroj: vytvořená z dat Českého statistického úřadu, 2024

Tabulka 2, vývoz čaje z ČR

Vývoz čaje z ČR						
Období	Kód zboží	Název zboží	Statistická hodnota CZK	Kód zboží	Název zboží	Statistická hodnota CZK
2020	12712	Listy čaje	14 448 000	12713	Listy maté	4 139 000
2021	12712	Listy čaje	15 286 000	12713	Listy maté	9 600 000
2022	12712	Listy čaje	13 666 000	12713	Listy maté	18 538 000

Zdroj: vytvořená z dat Českého statistického úřadu, 2024

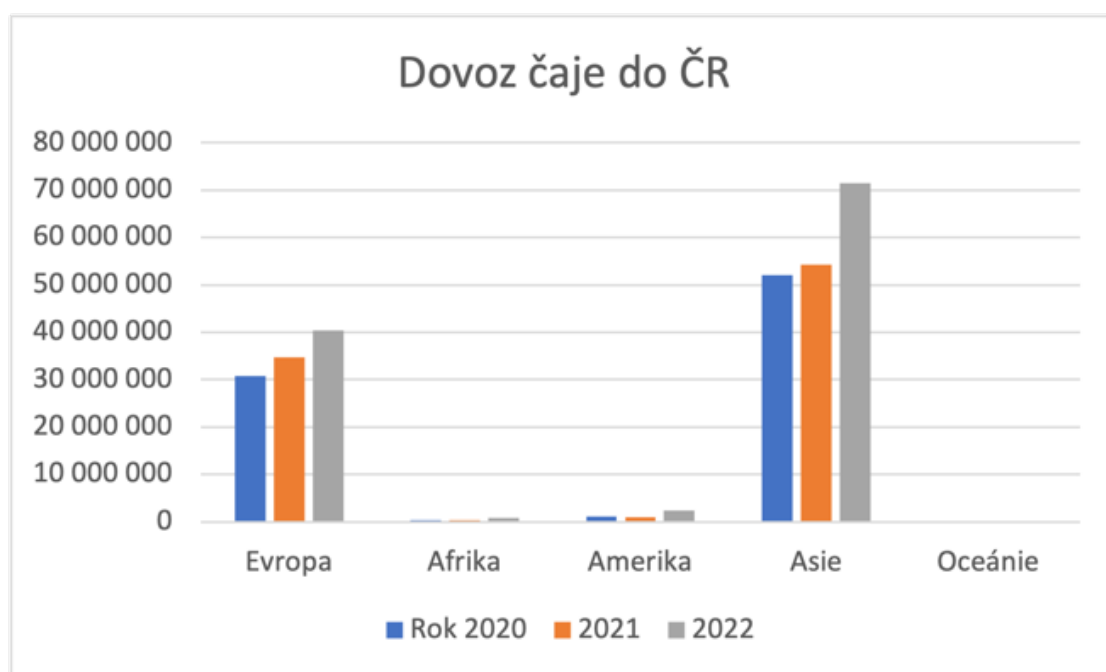
Z tabulky dovozu čaje do České republiky vyplývá, že zájem o čaj má rostoucí trend. To může být způsobeno stále větším zájmem o zdravý životní styl, nebo také popularizací pití čaje v čajovnách.

Zvýšený dovoz Maté v roce 2021 a výrazný nárůst vývozu maté v roce 2022 může být ovlivněn několika faktory. Jedním z možných důvodů může být rostoucí poptávka po maté na trhu v ČR a v Evropě. Tento nárůst poptávky může být spojen s rostoucím zájmem o bylinné čaje a zdravý životní styl, což může vést k zvýšenému dovozu a vývozu maté.

Dále by mohly hrát roli také inovační snahy společností, které se zaměřují na výrobu maté a snaží se prosadit na trzích v ČR a v zahraničí.

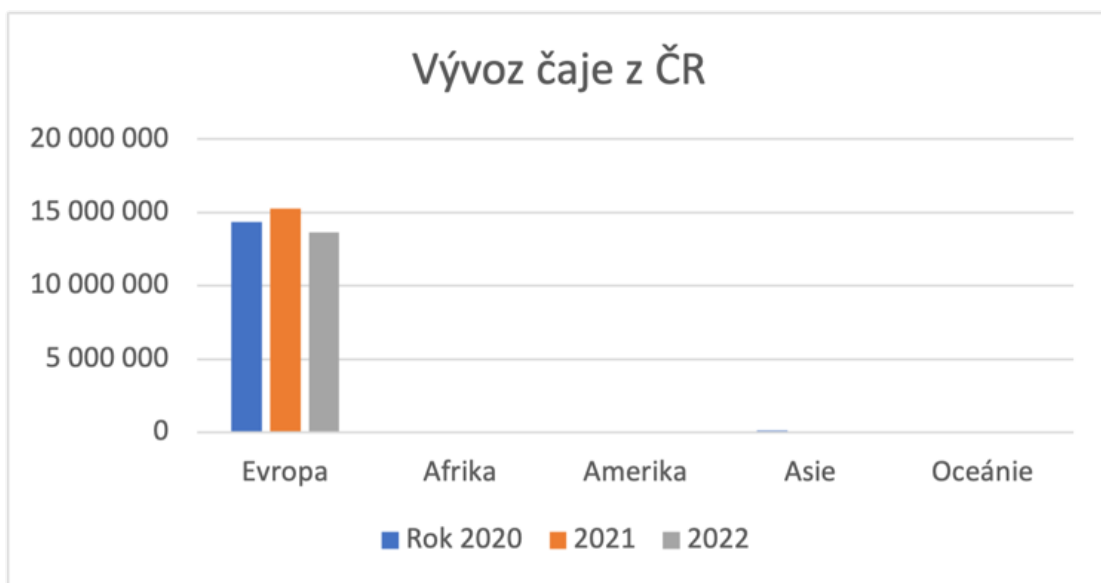
Grafy níže vjadřují poměr dovozu a vývozu listů čaje a listů maté z jednotlivých kontinentů.

Graf 1, Dovož čaje do ČR



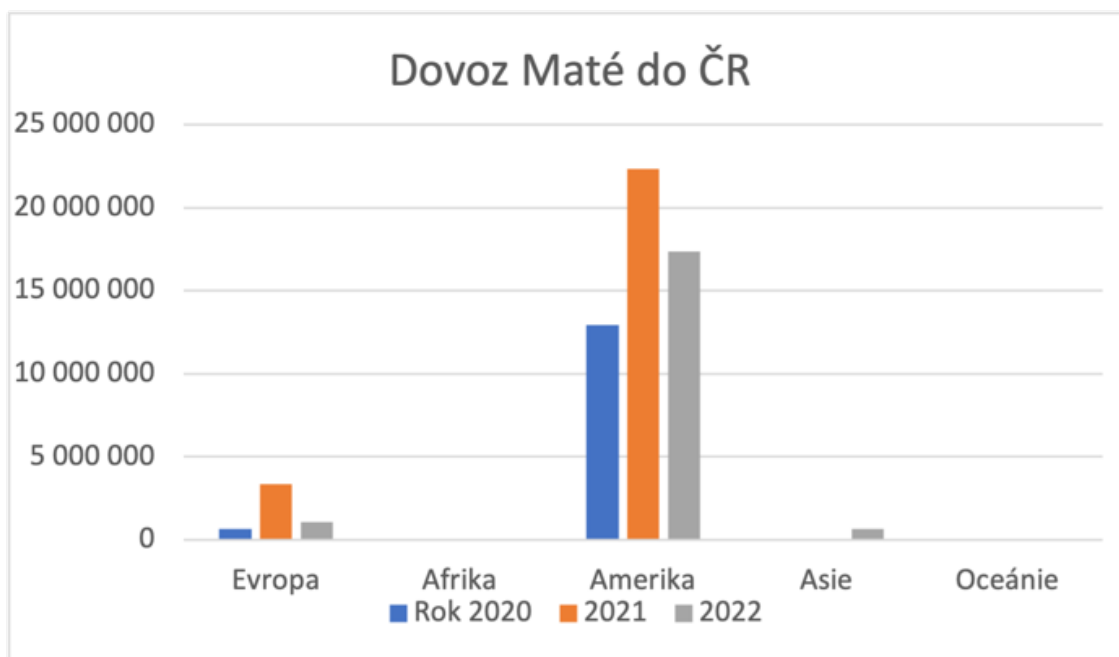
Zdroj: vytvořené z dat Českého statistického úřadu 2024

Graf 2, Vývoz čaje z ČR



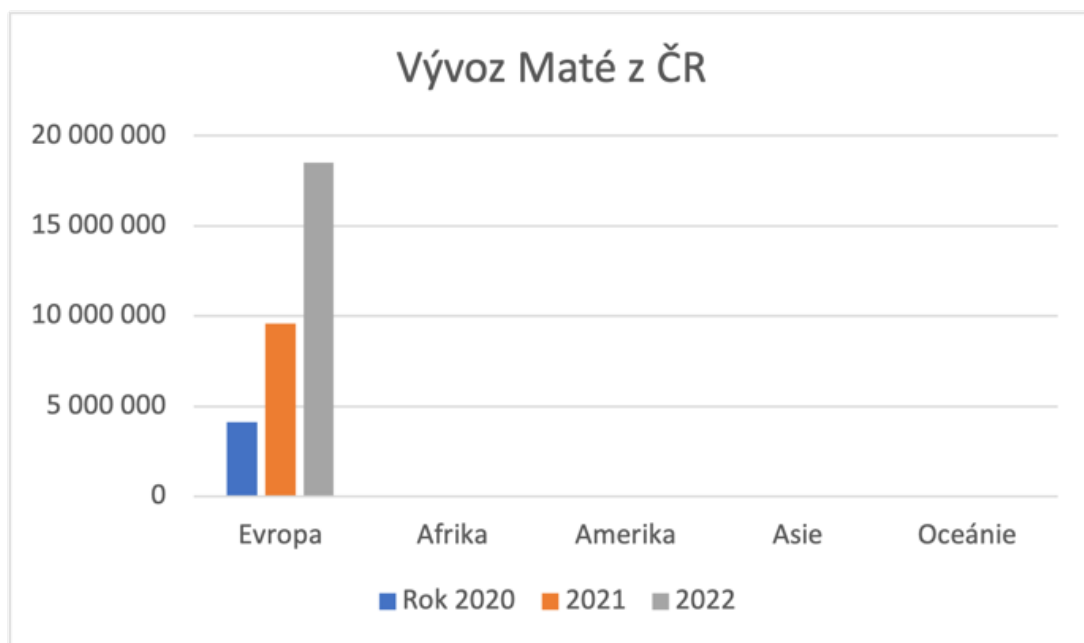
Zdroj: vytvořené z dat Českého statistického úřadu 2024

Graf 3, Dovoz Maté do ČR



Zdroj: Dovoz maté do ČR vytvořené z dat Českého statistického úřadu 2024

Graf 4, Vývoz Maté z ČR



Zdroj: vytvořené z dat Českého statistického úřadu 2024

Nejvíce čaje se do České republiky dováží z Asie, kde se nachází největší počet čajových plantáží, jako například čínské plantáže, plantáže v Indii, Nepálu a třeba i na Taiwanu.

Významná část čaje dováženého do České republiky pochází z evropských plantáží, jako jsou například plantáže ve Velké Británii nebo na Azorských ostrovech, která je považována za nejstarší čajovou plantáž v Evropě.

Maté je tradičně produkováno v oblastech jako je Brazílie, Argentina, Uruguay a Paraguay. Tyto země jsou hlavními producenty a exportéry listů maté. Největší část maté je tak do České republiky dovážena z Ameriky.

3.3. Dobrá čajovna

3.3.1. Historie Spolku milců čaje s.r.o

13. února 1992 byl založen Spolek milců čaje s.r.o. Pojmenování "milci" čaje má odůvodnění takové, že milci čaje nejsou jen někteří, kdo by čaj milovali, ale spíše někdo, kdo je čajem milován. (Spolek milců čaje s.r.o., 2022)

Prvotním cílem založení společnosti bylo šíření čajové kultury v Československu. K tomu bylo zapotřebí otevření samotné dobré čajovny, což se stalo v roce 1993 na Václavském náměstí v Praze. S tím přišlo i první dilema. Mělo jít o místo pro známé a přátele, kteří se nechtějí scházet v zakouřených lokálech a nepít alkohol, nebo mělo jít o místo zaměřené na zdravotní účinky pití čaje a jeho dopady na lidskou psychiku? V obou případech šlo o úmysl "zkusit dělat věci jinak" a otevřít oči ostatním lidem. Byla zde i snaha vytvořit novou komunitu lidí, kterým není jedno, jakým způsobem a v jakém prostředí pijí čaj.

První čajovna vypadala jako obchůdek z první republiky s koloniálním zbožím. Čaje zde prodávané byly osobně vybírány v hamburských velkoobchodech. Tehdy neexistovala jiná možnost získání kvalitního čaje. (Spolek milců čaje s.r.o., 2022)

Cesta k šíření čajové kultury byla možná jen díky lásce k čaji a silné víře v myšlenku, že čaj a čajování posiluje tělo i ducha. Postupně se zvyšoval počet čajových živnostníků a tovaryšů, kteří pomáhali šířit čajovou osvětu.

Díky tomu bylo možné prosadit se nejen v Čechách, ale i na Moravě a ve Slezsku. Kromě toho se podařilo rozšířit dobré čajovny za hranice země, a to konkrétně do Maďarska, Slovenska, Polska a nakonec i do USA. (Spolek milců čaje s.r.o., 2022)

Od doby otevření první dobré čajovny uplynulo 30 let, během nichž milci čaje uskutečnili více než 50 cest za čajem, navštívili stovky čajových plantáží, divokých zahrad, obrovských továren či čajových tržišť.

Potkali se s možná stovkami, možná tisíci lidmi, pro které je práce s čajem zdrojem obživy. (Spolek milců čaje s.r.o., 2022)

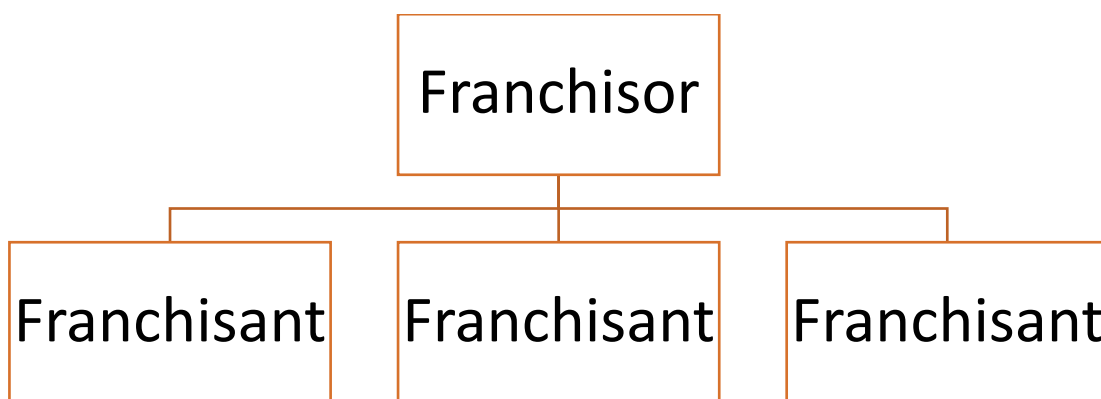
Pro milovníky čaje se čajové cesty staly neoddelitelnou součástí jejich života, stejně jako se postupně staly neodmyslitelnou součástí pracovního života čajových živnostníků z Dobrých čajoven, kteří je provázeli.

Za tuto dobu se také rozrostla celá čajová komunita, a lidé si začali více uvědomovat, že čaj může být prospěšný nejen na těle, ale také na duši. (Spolek milců čaje s.r.o., 2022)

3.3.2. Organizační struktura

Ve struktuře franchisingu bez masterfranchisanta existuje franchisor, který poskytuje licenci nezávislým podnikatelům, nazývaným franchisanti. Franchisor je zodpovědný za vytváření a udržování obchodní koncepce, zatímco franchisanti provozují své podniky pod touto licencí, dodržují standardy provozu a platí poplatky franchisorovi.

Obrázek 2, Schéma organizační struktury



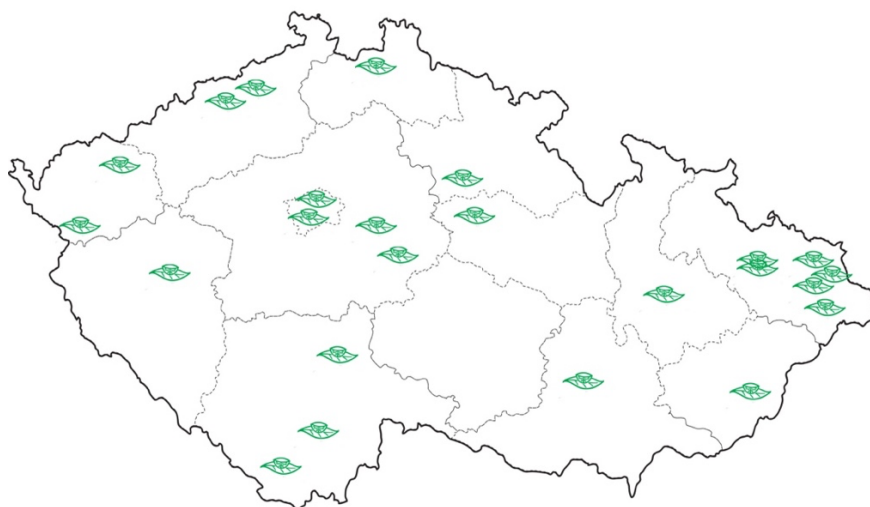
Zdroj: vlastní tvorba, 2024

Franchisorem pro franchisingový řetězec dobrých čajoven je Jiří Šimsa. Pro získání franchisové licence je zapotřebí splnit podmínky, a jednou z nich je získání tovaryšského listu. V organizační struktuře se nenachází žádný masterfranchisant, jelikož licenci pro zahraničí uděluje rovněž Jiří Šimsa.

3.3.3. Dobré čajovny v ČR a v Zahraničí

Jelikož se jedná o franchisingový řetězec, nalezneme pobočky dobré čajovny nejen v České republice, ale také v zahraničí. Byly zmapovány všechny pobočky v České republice na mapě níže, na základě nabídky dobré čajovny, viz Příloha 1. V příloze také nalezneme krátký popis ke každé z nich.

Obrázek 3, Mapa dobrých čajoven v ČR



vytvořena z nabídky dobrých čajoven, 2024

3.3.4. Vize Dobré čajovny

V zájmu čajové komunity, ale také v zájmu společnosti a naší planety, se společnost Dobrá čajovna rozhodla, přihlásit se k pěti cílům, které považují za naprosto nezbytné. I sebemenší pokus o nápravu zdraví a životního prostředí může mít velký pozitivní dopad.

Cíle, které byly vytyčeny a které se shodují s vizí Dobré čajovny:

1. Budovat a udržovat čajovny jako komunitní centra
2. Dbát o zdraví zákazníků
3. Starat se o zákaznickou životní pohodu
4. Podporovat trvale udržitelné farmaření
5. Dobročinné aktivity (Spolek milců čaje s.r.o., 2022)

3.3.5. Pečetidla čistoty čaje

V potravinách které se běžně dají pořídit v maloobchodech či velkoobchodech, nebo i těch doma vypěstovaných, se můžou vyskytovat zbytky pesticidů. Příčina výskytu může být v postřiku, ale také v průsaku spodními vodami nebo díky dřívější kontaminaci půdy. Tento problém se táká i čajových plantážích, jak naznačují výsledky laboratorních testů odebraných vzorků. Vzhledem k tlaku na zvýšení výnosů a zisků, čajové plantáže často porušují zásady ochrany životního prostředí a lidského zdraví.

Z tohoto důvodu byly zavedeny opatření, které vedou k ochraně zdraví zákazníků, a navíc přispívají k ochraně přírody, a trvale udržitelnému způsobu pěstování čaje. (Spolek milců čaje s.r.o., 2022)

Těmito opatřeními jsou:

Kontrola obsahu zbytku pesticidů a dalších nežádoucích látek u všech čajů v nabídce.

Zaměření na nákup čajů ze zahrad certifikovaných „Bio - Organic“.

Upřednostnění čajů sklizených z divokých čajových stromů, pokud je to v dané zemi vůbec možné

Podpora zakládání tzv. „permakulturních“ zahrad, tedy zahrad, kde jsou čajovníky vysázeny mezi stávající divoký či polodivoký porost tak, aby nedošlo k narušení biologické rovnováhy u místní flóry a fauny, díky nakupování od těchto pěstitelů. (Spolek milců čaje s.r.o., 2022)

Každý čaj v čajové nabídce nese označení pečeti čistoty, které jsou veřejné na webových stránkách dobré čajovny. V důsledku těchto opatření, se může stát že konkrétní čaj neprojde kontrolou kvality, a tak nebude možné čaj zajistit. Příslušný čaj bude tedy z nabídky vyřazen.

Zároveň však není kvalita garantována u všech dovezených čajů, jelikož u některých je stále nutné spoléhat se certifikace zaslané dodavateli. S opatřeními se však váže nárůst nákladů na dovoz čaje. I přes veškeré snahy společnosti zmírnit dopady, se toto projevuje na prodejních cenách čajů. (Spolek milců čaje s.r.o., 2022)

4. Praktická část

4.1. Výběr dodavatele

Pro výběr těch nejkvalitnějších čajů, milci podnikají cesty do čajových oblastí, aby navázali kontakty s dodavateli a osobně vybrali ty nejlepší čaje. Čaje v nabídce jsou získávány přímo od farmářů, se kterými navázali vztahy.

Ačkoliv již kontakty navázané mají, stále se každoročně se vydávají na dlouhé cesty do zemí, kde se čaj pěstuje. Navštěvují Čínu, Taiwan, Japonsko, Koreu, Vietnam, Indii, Nepál a Srí Lanku, aby podpořili tamní pěstitele čaje a získali ty nejlepší čaje přímo z oblastí jejich původu. Díky těmto cestám mohou nabídnout širokou škálu čajů uspořádaných podle zemí původu. Každý čaj v jejich nabídce má svůj vlastní příběh, který je odrazem jejich vášně pro čaj a snahy o co nejkvalitnější produkty.

Tyto cesty jim umožnily poznat specifika daných oblastí, pěstování a zpracování čaje a navázat přímé vztahy s pěstiteli. Každý rok čajoví milci absolvují minimálně jednu čajovou cestu za poznáním čaje, výběrem kvalitních dodavatelů a upevněním vztahů.

Od otevření své první čajovny v roce 1995 se vydali na více než 50 fascinujících čajových cest. Během těchto cest navštívili stovky čajových plantáží, divokých zahrad, impozantních továren a rušných čajových trhů. Setkali se s nespočtenými lidmi, pro které je čaj životním dílem – od prostých pěstitelů až po ty, kteří si díky čaji vybudovali prosperující život.

Indie, 2006

V roce 2006 milci čaje podnikli čajovou cestu do Indické oblasti Assam. Zde navštívili čajové plantáže a pozorovali pracovité ženy při trhání čaje. Objevovali zde čaje Assam a Darjeeling.

Srí Lanka, 2008

V roce 2008 milci čaje vystoupali tisíce schodů vytesaných ve skále, aby se dostali na samotný “Adamův vrcholek“ na Srí Lance. Odtud také pochází pojmenování čaje Ceylon Adams Peak, který je k nalezení v nabídce čajů v dobrých čajovnách. “Adamův vrcholek“ se nachází v horách Samanalakande ve výšce 2000 metrů. Na této čajové cestě milci objevovali čaje Ceylon Adams Peak a Ceylon Tiger River.

Japonsko, 2009

Čajová cesta za poznáním organických Japonských čajů zelených čajů, a matcha čaje.

Fu-t'ien, Čína, 2010

Město Anxi v provincii Fu-t'ien na východě Číny je považováno za centrum výroby čaje oolong. Proto se zde milci v roce 2010 vydali za poznáním čajů Tie Guan Yin Oolong, WuYi Oolongs, Silver Needles, Jasmine Pearls

Maroko, 2012

Cesta do Maroka byla zásadní pro inspiraci interiéru v dobrých čajovnách. Zároveň zde milci objevili krásy čaje tuareg

Taiwan, 2013

Kromě tradičních památek navštívili také malebné město Luku, proslulé každoroční soutěží o nejlepší kvalitu čaje Tung Ting. Zde se ponořili do atmosféry živého čajového trhu a ochutnali výjimečné čaje z rukou zkušených pěstitelů.

Cesta je dále zavedla do nejvýše položených zahrad v horské oblasti Alishan, kde se pěstují lahodné krémové oolongy. Tam se kochali úchvatnými panoramaty a ochutnali čaje s jedinečnou chutí a aroma, ovlivněné specifickým mikroklimatem horských oblastí.

Milci zde ochutnávali čaje Alishan, Milk Oolong, Bao Zhong, Bai Hao, Tung Ting

Japonsko a Jižní Korea, 2014

V Japonsku se setkali se svým dlouholetým partnerem, mistrem zeleného čaje a majitelem společnosti Takadasan. Společně prozkoumali čajové plantáže a prodiskutovali specifika pěstování a zpracování japonských čajů.

Cesta je dále zavedla do Jižní Koreje, kde navštívili rodinou farmu pana Cho v malebném pohoří Jiri Shan. Zde se ponořili do idylické atmosféry nedotčené vegetace a seznámili se s tradičními metodami pěstování a zpracování organického čaje Nok Cha a Wooricha. Pan Cho jim s hrдостí ukázal ruční sklizeň a zpracování, které dodávají jeho čajům výjimečnou kvalitu a charakter.

Sri Lanka, 2015

Cesta vedla do Colomba, budovy Chambre of Commerce, kde sídlí v současnosti největší světová čajová burza. Denně se zde prodá 5-6 tisíc tun čaje. Dále se milci vydali k čajovým plantážím v oblasti Nuwara Eliya.

Jün-nan, Čína, Vietnam, Laos 2016

Jejich cesta je zavedla do srdce Zlatého trojúhelníku, kde se čajovník pěstuje již od nepaměti. Ponořili se do tajů pěstování a zpracování divokého čaje, setkali se s místními kmeny, které s úctou a péčí sbírají ručně lístky z prastarých čajových stromů. Stali se svědky fascinující tradice kmene Hmong v severním Vietnamu a prozkoumali tajemnou oblast Sa Bang na severní hranici Laosu, proslulou čajem pěstovaným v bambusu. Ochutnali zde různé druhy čajů úzce spjatých s místní kulturou a tradicí, včetně čajů Puer, Dian Hong, Golden Buds, Dian Lu Eshan Green, Vietnamese Green, Black tea a Sa Bang.

Indie, Nepál, 2017

V roce 2017 navštívili certifikované ekologické zahrady a k zodpovědným dodavatelům. V Nepálu navštívili Shangri-La Tea Garden, zahradu ponořenou do majestátních hor, kde se pěstuje čaj v souladu s principy organického zemědělství. Na této cestě se setkali s čaji Darjeeling, Assam, Nepal Ilam First Flush.

Tchaj-wan, 2018

Cesta za poznání čaje Milk Oolong, Bao Zhong, Ruby Oolong, Tung Ting, Bai Hao.

Východní Čína, 2019

Cesta za poznání čaje Dragon Well, Bi Luo Chun, Lu'an Gua Pian, PuTuo, Ti Guan Yin.

Sri Lanka, 2020

Cesta za poznání čaje Ceylon Adam's Peak and Ceylon Tiger River.

Thajsko, 2023

Cesta za poznání čaje Pa Pae White Forest Temple Tea

4.2. Současné metody výběru komodity

Už od prvotní myšlenky založení franchisingového řetězce dobrých čajoven byla na prvním místě snaha o dokonalý čajový zážitek, proto je nejdůležitějším úkolem pro čajové milce výběr správných čajů pro jejich franchisu dobrých čajoven. Chuť a aroma čaje jsou při tomto výběru klíčovými prvky. V dnešní době máme dva způsoby, jakými je čaj vybírán pro prodej.

1. Degustace vzorků

Vybraní dodavatelé posílají své testovací vzorky čajů do České republiky na centrální sklad, kde probíhá degustace těchto vzorků. Majitelé jednotlivých poboček dobrých čajoven se mohou účastnit této degustace a podílet se tak na rozhodování o výběru a nákupu vhodného čaje ve větším množství pro své pobočky. Obvykle se degustuje od deseti do třiceti vzorků čaje, avšak počet může být individuální v závislosti na jednotlivých sklizních. Na základě kvality, arómatu, chuti a ceny čaje se poté milci čaje společně s účastníky rozhodují, který vzorek bude vybrán a začleněn do prodeje.

2. Vlastní výběr v zemi původu

Pro některé dodavatelské oblasti, jako je například Čína nebo Nepál, mají milci čaje vlastního člověka, který se specializuje na ochutnávání vzorků čaje od dodavatelů. Tento odborník ochutnává vzorky čaje přímo u dodavatelů a pečlivě vybírá ty, které splňují vysoké standardy kvality a chuti a zároveň jsou vhodné pro prodej v dobrých čajovnách. Tímto způsobem se urychluje proces výběru čaje, jelikož testovací vzorky nejsou posílány do České republiky, což snižuje rizika a zdržení spojená s transportem. Díky přítomnosti odborníka na čaj přímo u dodavatele máme také přímý přístup k čerstvým vzorkům čaje a okamžitou možnost posouzení. Odborník na čaj navíc může poskytnout dodavatelům okamžitou zpětnou vazbu, čímž se podílí na zlepšení kvality čaj

4.3. Kontrola kvality a certifikace

Každý dovezený čaj do České republiky podléhá přísné kontrole na celní správě České republiky, kde probíhá kontrola kvality a bezpečnosti. Dovážené čaje podléhají kontrole nezávadnosti a jsou testovány na výskyt pesticidů a jiných škodlivých látek. Pokud je čaj shledán za zdravotně nezávadný, může po zaplacení vypočteného cla a doložení potřebných certifikací být dovezen do České republiky a distribuován k zákazníkům dobrých čajoven. Pokud je však v čaji nalezen vysoký obsah pesticidů nebo jiná škodlivá látka, čaj neprojde kontrolou a je odeslán zpět dodavateli čaje.

Po zaplacení cla na celní správě České republiky je čaj transportován do centrálního skladu pro dobré čajovny v Praze. Odtud si ho každý majitel dobré čajovny může objednat podle vlastní potřeby skrz internetové stránky.

Obrázek 4, Pečetě čistoty

**Wild Arbor**

Čaj je sklízen z divoce rostoucích čajovníků.

**Permaculture**

Čaj je sklízen z polodivokých zahrad, které byly vysázeny s ohledem na trvale udržitelnou přírodu.

**Naturally Grown**

Čaj je pěstován bez použití chemických hnojiv a poštříků. Plantážník či vývozce však nejsou certifikováni.

**Certified Organic**

Čaj je pěstován bez použití chemických hnojiv a poštříků. Plantážník i vývozce jsou certifikováni.

**Meets EU Standards**

Čaj je testován v laboratoři a rezidua kontrolovaných látek nepřekračují limity stanovené pro EU.

Zdroj: nabídkník čajoven, 2024

Každý z čajů distribuovaných v dobrých čajovnách nese jedno z výše uvedených piktogramů neboli pečeti čistoty. Díky těmto pečetím má zákazník přehled o kvalitě čaje, který si kupuje. Díky tomu se může stát, že některé čaje nebudou k dostání, jelikož nebyla splněna kritéria kvality. V takovémto případě se čaj vyřazuje z nabídky prodeje.

Zároveň je ale nutné zmínit, že dodavatelé přiznávají, že nejsou schopni zaručit 100% garanci u všech dovezených čajů, jelikož se musí spoléhat na certifikace zaslané dodavatelem.

4.4. Problémy s dovozem komodity a její kvalitou

Kvalita čaje je jedním z hlavních pilířů pro franchisingový řetězec dobrých čajoven. Je na ni tak kladen zvýšený důraz, a veškeré čaje jsou důkladně kontrolovány. Zejména země jako Taiwan nebo Japonsko představují problematické oblasti z hlediska čistoty čaje. V těchto zemích je výskyt pesticidů a dalších kontaminantů v čaji poměrně častý.

Na Taiwanu byly identifikovány pesticidy s nejvyšším rizikem pro lidské zdraví, jako jsou dithiocarbamates, endosulfan a carbofuran. (ncbi.nlm.nih.gov, 2018)

To může být zapříčiněno několika faktory, jako je například kvalita hnojiva, intenzivní pěstování čaje bez střídání plodin, nedostatečné ošetření čaje postřikem proti pesticidům nebo také klimatické podmínky. Je tak nutno dbát na zvýšenou opatrnost při výběru čajů z těchto oblastí.

Konkrétní příklady problémů ukazují, že důkladná kontrola kvality je nezbytná. Před dvěma lety se v čaji Oolong "Černý drak" objevily pesticidy. Tento čaj byl tak vyřazen z čajové nabídky, a dobré čajovny již tento čaj neodebírají. V jiném případě se v čaji "Dračí studna" našly stopy laku. I tento čaj byl okamžitě vyřazen z čajové nabídky.

Podle státního zemědělského a potravinového inspektorátu v roce 2019 do České republiky neprošla kontrolou kvality zásilka čaje, která obsahovala čtyřikrát více pesticidů, než je povoleno. Zásilka pocházela z Číny, a jednalo se o zelený čaj označený jako "Xihu Longjing Green Tea". Právní předpisy stanovují maximální možnou koncentraci na 0,05 miligramů na kilogram (mg/kg), širokospektrální laboratorní rozbor ale potvrdil koncentraci ve výši 0,2 mg/kg. (szpi.gov.cz, 2023)

Tyto příklady nám jasně ukazují, že důsledná kontrola kvality čaje distribuovaného v dobrých čajovnách je klíčová pro ochranu zdraví spotřebitelů. Poukazují na důležitost sledování původu čaje a zajištění dodavatelských řetězců s důvěryhodnými zdroji. Bezpečnost a kvalita čaje jsou prioritou, kterou dobré čajovny musí neustále sledovat a zajistit, aby svým zákazníkům nabídly pouze ty nejlepší produkty.

4.5. Případová studie

Na základě konzultace s majitelem dobré čajovny v Českém Krumlově byl z každé z vybraných významných oblastí dovozu vybrán jeden čaj, který je zde pěstován a jehož chuť je považována za „zásadní“. Vybrané dovozní oblasti pro případovou studii jsou Čína, Indie a Japonsko. Výběr těchto dovozních oblastí byl proveden na základě analýzy nabídky čaje v dobrých čajovnách, přičemž byla zohledněna jejich aktuální procentuální úroveň zastoupení v prodeji na oficiálních webových stránkách dobré čajovny, jak je znázorněno v příloženém grafu níže.

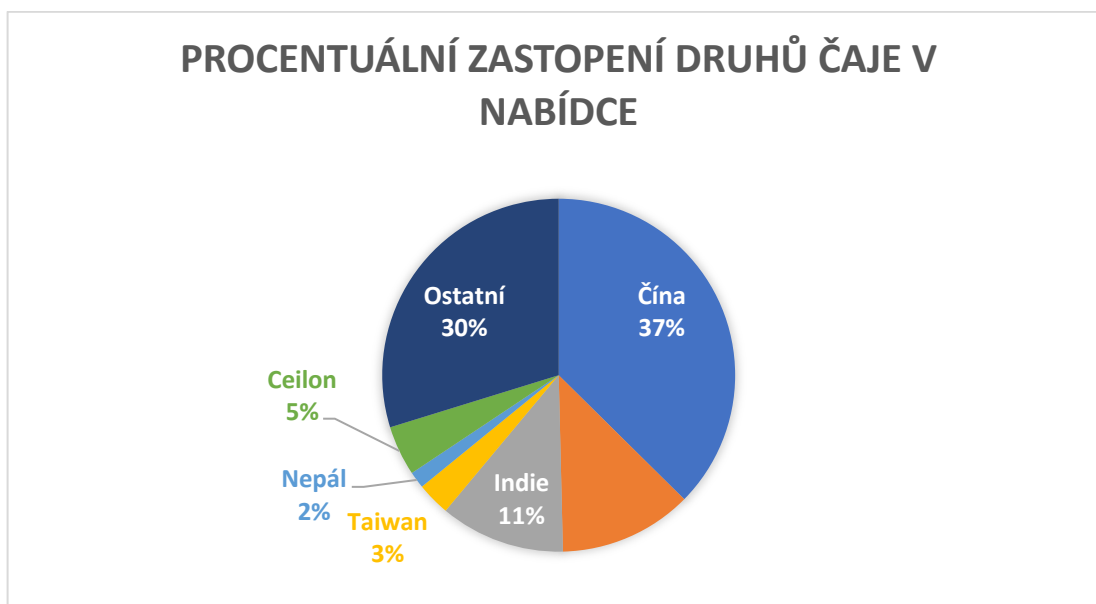
Pro každý vybraný čaj je vypracována analýza formy nákupu a způsobu dovozu čaje v systému zásobování franchisingového řetězce Dobrá čajovna. Také je pro každý vybraný čaj zpracována kalkulace nákladů. Podle milců jsou při dovozu čaje největšími náklady náklady na daň z přidané hodnoty, doprava zboží z dovozní oblasti a pak také náklady spojené s testováním čaje na rezidua pesticidů a jiných škodlivých látek.

Z webových stránek alibaba.com byl vyhledán a vybrán dodavatel z vybrané dovozní oblasti, který nabízí prodej vybraného čaje. Cena je tak pouze orientační, a slouží pouze pro účely stanovení kalkulace nákladů. Čaje se zde prodávají v měně americký dolar, která byla převedena do českých korun podle kurzu dne 22.3.2024 na stránkách kurzy.cz. Pro stanovení celní sazby a daně z přidané hodnoty byla použita simulační aplikace podmínek dovozu Taric CZ.

K stanovení ceny dopravy byl použit srovnávací portál shipex.cz, který porovnává ceny různých dopravců, od nejlevnějších po nejdražší. Pro stanovení nabídky jsme použili rozměry zásilky 60x40x20 cm. V případové studii je vybrána vždy nejlevnější varianta dopravy, která ale trvá nejdelší dobu pro přepravu, a poté varianta nejdražší, při které je doprava velmi rychlá.

Jako poslední náklady, které je potřeba uhradit při dovozu zboží, jsou náklady spojené s testováním čaje na rezidua pesticidů a jiných škodlivých látek. Byla tak oslovena společnost SGS Czech Republic, s.r.o., která spolupracuje s několika laboratořemi. Stanovila tak náklady, které jsou s testováním čaje spojené.

Graf 5, Procentní zastoupení čajů v nabídce



Zdroj: Dobrá čajovna <https://www.tea.cz>, 2024

Obrázek 5, Ceník laboratorních testů

1. SCOPE OF TESTS

No.	Detection	Parameter	Sample quantity	The price in €/ one sample, VAT excluded
1	Pesticides	Pesticides – spectrum 600+ incl. acidic herbicides*	100 g	312.00
2		Glyphosates*	100 g	98.00
3	Mycotoxins	(Afla, OTA, DON, ZEA, HT2-toxin and T2-toxin)*	100 g	104.00
4	Chemical analysis	PAH 4* (Benzo(a)pyrene, Benz(a)anthracene, Benzo(b)fluoranthene, Chrysene)	100 g	143.00
5		Radioactivity* (CS 134/137, I 131)	100 g	189.00
6		Bisphenol A**	100 g	220.00
7		Phtalates**	100 g	170.00
8	Heavy metals	5 elements in a package* Pb, Cd, Hg, Sn, As	100 g	169.00
				1,405.00

*These tests will be done by SGS laboratory in Hungary

** These tests will be done by SGS laboratory in France

Zdroj: interní zdroj, 2024

Obrázek 6, Ceník dodatečných služeb k testování

2. SCOPE OF SERVICES

No.	Basic services related to sample testing	Cost in €, VAT excluded
1	Packaging of samples administration fee	66.00
2	Courier costs for sending samples to laboratory	Acc. to actual cost

Zdroj: interní zdroj, 2024

Náklady spojené s testováním čaje na rezidua pesticidů a jiných škodlivých látek, společně s náklady spojenými s balením a administrativními poplatky, dosahují částky 1471 €. Cena je tak v kalkulaci přepočtena dle aktuálního měnového kurzu podle kurzy.cz na české koruny ze dne 22. 3. 2023. Laboratorní rozbor v případové studii odhalí výskyt pesticidů, mykotoxinů, chemikálií a těžkých kovů v čaji. Jelikož tato firma odesílá testovací vzorky do maďarských a francouzských laboratoří, bylo zde potřeba počítat s náklady navíc, o které by cena mohla být nižší při testování vzorků v laboratořích České republiky.

Cílem případové studie bylo analyzovat a kvantifikovat náklady spojené s dovozem čaje z vybraných dodavatelských oblastí s ohledem na jejich potenciální variabilitu. Konkrétně se studie zaměřila na porovnání nákladů a regulačních povinností spojených s dovozem čaje v závislosti na změně země původu. Posléze byl prostřednictvím této analýzy získán vhled do současného stavu procesů nákupu čaje a dovozních postupů. Na základě této evaluace byly navrženy možné strategie a opatření, která by mohla vést ke zlepšení efektivity a optimalizaci nákupních a dovozních procesů týkajících se této komodity.

4.5.1. Případová studie dovozní oblasti Čína

Pro dovozní oblast Čína, byl zvolen čaj Long jing „Tiger spring“, který pochází z okolí města Hangzhou, a čaj získal ocenění jako čaj roku 2002.

Zvolená váha dováženého zboží bude činit 40 kilogramů. Toto množství odpovídá 400 standartním balením čaje, po 100 gramech váhy. Dovoz čaje z Číny do České republiky podléhá specifickým celním a hygienickým předpisům, které je nutné dodržet.

Dovozní opatření - Omezení vstupu do volného oběhu (B475, předpis R0913/22):

Pro dovoz čaje z oblasti Číny, je nutné předložit certifikáty C678 a Y978. Bez předložení těchto certifikátů je dovoz zakázán.

C678 - Společný zdravotní vstupní doklad pro krmiva a potraviny jiného než živočišného původu (CHED-D) (jak je stanoven v příloze II části 2 oddíle D prováděcího nařízení Komise (EU) 2019/1715 (Úř. věst. L 261))

Y978 - Výjimka podle čl. 1 odst. 3 nařízení (EU) 2019/1793

Propuštění zásilek potravin a krmiv uvedených v přílohách I a II nařízení (EU) 2019/1793 do volného oběhu lze umožnit pouze po předložení řádně finalizovaného společného zdravotního vstupního dokladu (CHED) uvedeného v čl. 57 odst. 2 písm. b) nařízení (EU) 2017/625, který potvrzuje, že zásilka je v souladu s příslušnými pravidly uvedenými v čl. 1 odst. 2 posledně zmíněného nařízení. (Celní správa, 2024)

Dovozci čaje jsou povinni dodržovat předložení těchto důležitých certifikací, což zvyšuje bezpečnost a spolehlivost potravinových výrobků na trhu. Tyto regulační opatření také mohou sloužit jako prostředek k podpoře transparentnosti a důvěryhodnosti dovozního procesu a mohou přispět k ochraně veřejného zdraví a životního prostředí.

Kalkulace nákladů varianta pomalejší dopravy:

Statistická hodnota zboží byla stanovena na základě cenové nabídky čínského prodejce čaje Hunan Yiqingyuan Everspring Tea Co., Ltd.

V rámci prvních tří kalkulací nákladů byla zvolena dopravní společnost FedEx a jejich služba Economy pro dovoz. Tato služba poskytuje doručení zásilky do Pražského skladu do tří dnů od jejího převzetí k přepravě z dovozní oblasti Čína. Prodejní cena čaje reprezentuje oficiálně stanovenou cenu, za kterou je čaj nabízen k prodeji v dobrých čajovnách.

Tabulka 3, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“		
Statistická hodnota zboží		28 129,00 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	5 907,09 Kč
Doprava		9 148,00 Kč
Laboratorní rozbory		37 319,00 Kč
Celková cena		80 503,09 Kč
Prodejní cena		239 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		158 696,91 Kč
Prodej franchisantům	10% provize	88 553,40 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		8 050,31 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		150 646,60 Kč

vlastní zdroj, 2024

V první variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši deseti procent z prodeje čaje franchisantům. To implikuje, že z celkového zisku z prodeje čtyřiceti kilogramů čaje Longjing „Tiger Spring“ by franchisant získal pět procent, zatímco zbylých devadesát pět procent by připadlo franchisantům. Tato analýza nákladů na dovoz vybraného čaje z dovozní oblasti Čína ukazuje, že prodej zboží franchisantům s desetiprocentní provizí by pro franchisora přinesl pouze marginální zisk v porovnání s ziskem franchisantů. Zároveň však naznačuje, že existuje prostor pro zvýšení ziskovosti této operace.

Tabulka 4, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“		
Statistická hodnota zboží		28 129,00 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	5 907,09 Kč
Doprava		9 148,00 Kč
Laboratorní rozbory		37 319,00 Kč
Celková cena		80 503,09 Kč
Prodejní cena		239 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		158 696,91 Kč
Prodej franchisantům	50% provize	120 754,64 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		40 251,55 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		118 445,37 Kč

vlastní zdroj, 2024

V druhé variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši padesáti procent z prodeje čaje z franchisantům. To implikuje, že z celkového zisku z prodeje čtyřiceti kilogramů čaje Longjing „Tiger Spring“ by franchisant získal dvacet pět procent, zatímco zbylých sedmdesát pět procent by připadlo franchisantům. Tato analýza nákladů na dovoz vybraného čaje z dovozní oblasti Čína naznačuje, že prodej zboží franchisantům s padesátiprocentní provizí by pro franchisora přinesl značný ziskový potenciál. Tento model umožňuje i franchisantům dosáhnout zisku.

Tabulka 5, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“		
Statistická hodnota zboží		28 129,00 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	5 907,09 Kč
Doprava		9 148,00 Kč
Laboratorní rozbor		37 319,00 Kč
Celková cena		80 503,09 Kč
Prodejní cena		239 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		158 696,91 Kč
Prodej franchisantům	100% provize	161 006,18 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		80 503,09 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		78 193,82 Kč

vlastní zdroj, 2024

V třetí variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši sto procent z prodeje čaje z franchisantům. To implikuje, že z celkového zisku z prodeje čtyřiceti kilogramů čaje Longjing „Tiger Spring“ by franchisant získal padesát jedna procent, zatímco zbylých čtyřicet devět procent by připadlo franchisantům. Tato analýza nákladů na dovoz vybraného čaje z dovozní oblasti Čína ukazuje, že prodej zboží franchisantům s stoprocentní provizí by pro franchisora přinesl významnější ziskovou příležitost, vzhledem k tomu, že franšizant i franchisor získávají obdobný podíl z prodeje, klíčovou otázkou se stávají další provozní náklady, které musí franšizanti zohlednit. Je nezbytné zkoumat, zda takovýto ziskový podíl poskytuje franšizantům dostatečnou finanční stabilitu pro pokrytí jejich provozních nákladů a zda je tento zisk adekvátní vzhledem k jejich investicím a rizikům spojeným s provozováním franšizového podniku.

Shrnutí:

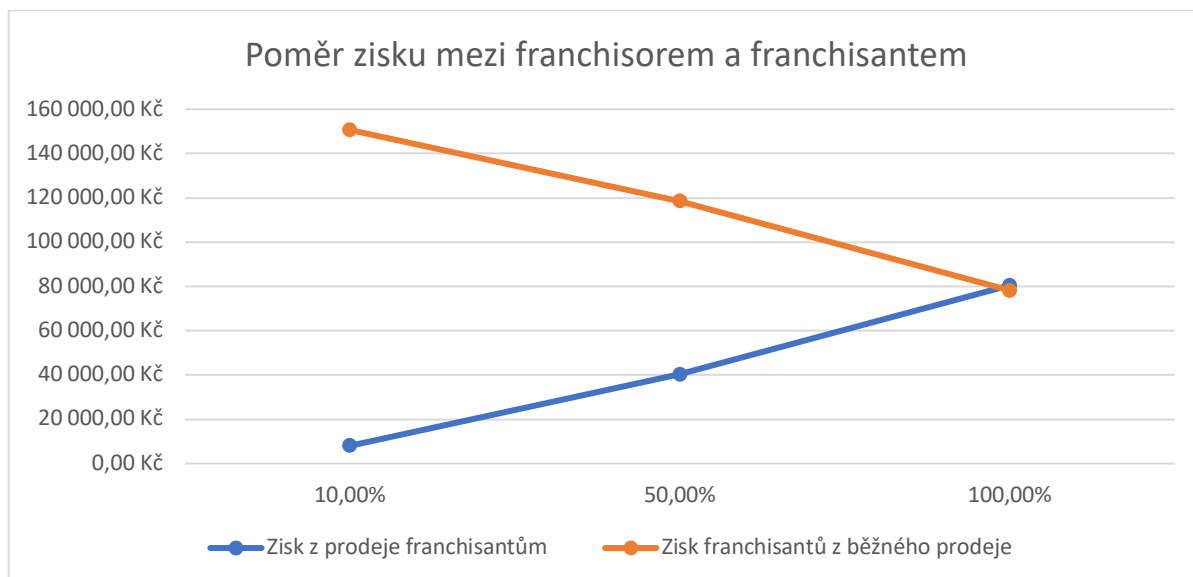
V uvedené variantě kalkulace nákladů, kdy je zvolen levnější, avšak pomalejší způsob dopravy, byla provedena analýza porovnání provizí ve výši deset procent, padesát procent a sto procent. Je klíčové zdůraznit, že stanovení adekvátní úrovně provizí představuje kritický faktor pro dosažení ziskovosti franšizového podnikání. Je nezbytné pečlivě zvážit, jaký podíl zisku je spravedlivý a udržitelný pro obě zapojené strany - jak pro franchisora, tak pro franšizanty. Dále je nezbytné zajistit, aby franšizanti disponovali

dostatečnou finanční stabilitou k pokrytí svých provozních nákladů a dosažení adekvátní návratnosti svých investic.

Optimální nastavení provizi je tudíž klíčovým aspektem pro úspěšný rozvoj franšizového podnikání a vyžaduje důkladnou analýzu a strategická rozhodnutí. Z předchozích výpočtů nákladů byl vytvořen graf níže, na kterém můžeme vidět že maximalizace zisku z prodeje franchisantů a zároveň maximalizace zisku franchisantů z běžného prodeje nastane těsně před nastavenou provizí sto procent.

Myslím si, že optimální nastavení provize ze strany franchisora pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“ může dosahovat až sta procent. Takto zvolená provize by mohla vést k ziskovosti na obou stranách.

Graf 6, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem



vlastní zdroj, 2024

Kalkulace nákladů varianta rychlejší dopravy:

V následujících třech kalkulacích, bude statistická hodnota zboží stanovena také na základě cenové nabídky čínského prodejce čaje Hunan Yiqingyuan Everspring Tea Co., Ltd.

dopravu bude zvolena služba společnosti FedEx, avšak využita bude rychlejší varianta - služba priority, s očekávaným doručením do jednoho dne. Tato volba je preferována v situacích, kde je nutné čaj doručit na sklad co nejdříve a zajistit jeho co nejvyšší čerstvost.

Prodejní cena čaje reprezentuje oficiálně stanovenou cenu, za kterou je čaj nabízen k prodeji v dobrých čajovnách.

Tabulka 6, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“		
Statistická hodnota zboží		28 129,00 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	5 907,09 Kč
Doprava		30 466,00 Kč
Laboratorní rozbor		37 319,00 Kč
Celková cena		101 821,09 Kč
Prodejní cena		239 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		137 378,91 Kč
Prodej franchisantům	10% provize	112 003,20 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		10 182,11 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		127 196,80 Kč

vlastní zdroj, 2024

V první variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši deseti procent z prodeje čaje franchisantům. Zjištěním je, že změna cen dopravy ovlivnila celkovou cenu zboží, což mělo důsledky na finanční výsledky obou stran - jak franchisora, tak franchisanta. V případě použití desetiprocentní provize při prodeji franchisantům, lze pozorovat, že franchisor získává marginálně vyšší zisk z prodeje, avšak za cenu vyšších nákladů na dopravu. Naopak franšízantovi zůstává stále zajištěn slušný zisk z prodeje zboží koncovým zákazníkům, přičemž tato změna v cenách dopravy neovlivňuje jeho ziskovost signifikantně.

Tabulka 7, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“		
Statistická hodnota zboží		28 129,00 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	5 907,09 Kč
Doprava		30 466,00 Kč
Laboratorní rozbory		37 319,00 Kč
Celková cena		101 821,09 Kč
Prodejní cena		239 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		137 378,91 Kč
Prodej franchisantům	50% provize	152 731,64 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		50 910,55 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		86 468,37 Kč

vlastní zdroj, 2024

V druhé variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši padesáti procent z prodeje čaje z franchisantům. Zisk franchisantů z běžného prodeje se blíží předchozí variantě, kdy byla doprava sice levnější, ale provize franchisora z prodeje franchisantům byla nastavena na sto procent. Srovnáme-li tuto předchozí variantu s levnější variantou dopravy a provizí ve výši padesát procent, lze pozorovat zvýšení zisku z prodeje franchisantům, avšak zisk franchisantů z běžného prodeje se výrazně snížil.

Tabulka 8 kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“		
Statistická hodnota zboží		28 129,00 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	5 907,09 Kč
Doprava		30 466,00 Kč
Laboratorní rozbor		37 319,00 Kč
Celková cena		101 821,09 Kč
Prodejní cena		239 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		137 378,91 Kč
Prodej franchisantům	100% provize	203 642,18 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		101 821,09 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		35 557,82 Kč

vlastní zdroj, 2024

V třetí variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši sto procent z prodeje čaje z franchisantům. Tato analýza nákladů jasně ukazuje, že provize ve výši sto procent, zejména při použití varianty dražší a rychlejší dopravy, nepředstavuje pro franšizanty výhodnou možnost. V této konfiguraci získává franchisor sedmdesát čtyři procent zisku, zatímco na franšizanty připadá pouze dvacet šest procent. Významným faktorem, který zde ovlivňuje rozhodnutí, je cena dopravy, která vytváří markantní rozdíl mezi ziskem z prodeje zboží franšizantům a ziskem franšizantů z běžného prodeje.

Shrnutí:

V uvedené variantě kalkulace nákladů, kdy je zvolen dražší, avšak rychlejší způsob dopravy, byla provedena analýza porovnání provizí ve výši deset procent, padesát procent a sto procent.

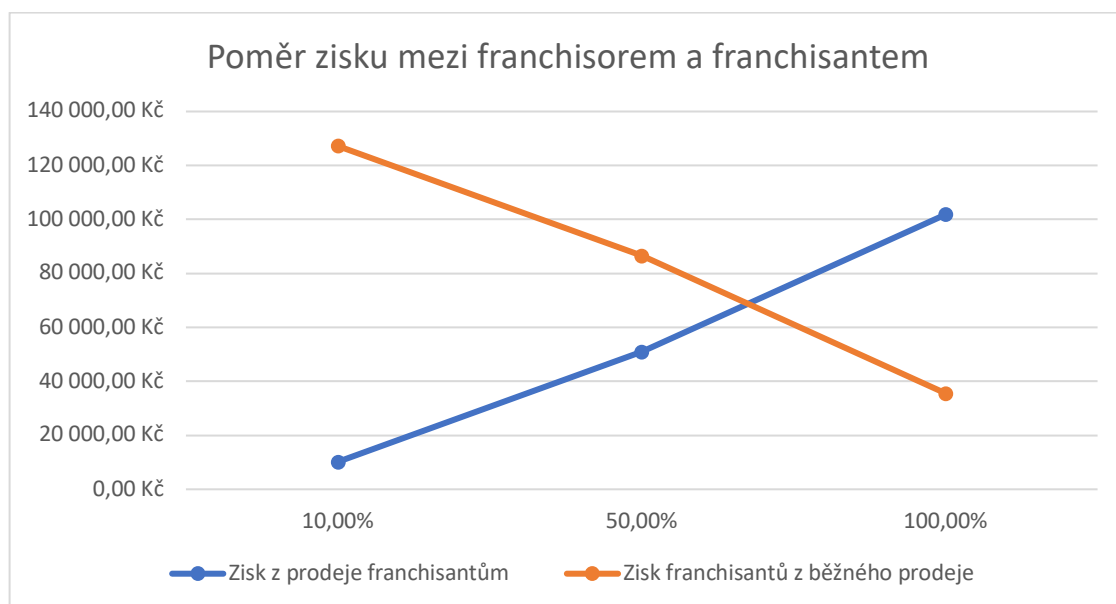
Na základě provedených kalkulací nákladů a úpravy marží je patrné, že změna ceny dopravy měla významný dopad na zisk franšizantů z běžného prodeje, což vedlo k výraznému snížení jejich ziskovosti. Existuje situace, kdy je preferována rychlejší doprava čaje, buď z důvodu potřeby okamžitého naskladnění nebo zachování čerstvosti

čaje. V tomto světle je kritické zvážit optimální nastavení provizí z prodeje zboží franchisantům.

Z analýzy předchozích kalkulací nákladů je patrné, že při zvolení rychlejší verze dopravy je vhodné stanovit provizi z prodeje franchisantům kolem padesáti procent. Jak můžeme vidět na grafu níže, bod kdy bude maximální zisk z prodeje franchisantům a zároveň maximální zisk franchisantů z běžného prodeje se nachází okolo sedmdesáti procent.

Na rozdíl od předešlé varianty, kde byla využita levnější doprava a kde bylo možné uvažovat o provizi až ve výši sto procent, je zde preferováno udržení provize na nižší úrovni. Tento přístup je důsledkem zjištění, že vyšší cena dopravy výrazně ovlivňuje ziskovost franšizantů a vyžaduje opatrné nastavení provizí, aby byla zachována rovnováha mezi ziskem franchisora a franšizantů. To se domnívám že může být zhruba šedesáti procentní nastavení provize.

Graf 7, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem



vlastní zdroj, 2024

4.5.2. Případová studie dovozní oblasti Japonsko

Pro dovozní oblast Japonsko, byl zvolen čaj Sencha. Jedná o nejtýpější čaj japonského trhu. Čaj Sencha proslulá zejména svým pečlivým zpracováním.

Zvolená váha dováženého zboží bude činit 40 kilogramů. Toto množství odpovídá 800 standardním balením čaje, po 50 gramech váhy. Dovoz čaje z Japonska do České republiky podléhá specifickým celním a hygienickým předpisům, které je nutné dodržet.

Dovozní opatření - Kontrola dovozu ekologických produktů (B750, předpis R2306/21):

Pro dovoz čaje z oblasti Japonska, je nutné předložit certifikáty C644 a Y929. Bez předložení těchto certifikátů je dovoz zakázán.

C644 - Potvrzení o kontrole pro ekologické produkty

Y929 - Zboží, na které se nevztahuje nařízení (EU) č. 2018/848 (ekologické produkty)

Pokud je zboží opatřeno odkazem na ekologickou produkci při označování či propagaci nebo v průvodních dokumentech, musí deklarant předložit potvrzení o kontrole C644 podle čl. 45 odst. 1 písm. (iii) nařízení (EU) č. 2018/848 (rovnocenné produkty). Pokud se nejedná o rovnocenné produkty, musí být uveden kód Y929.

Tato ustanovení se použijí navíc k pravidlům týkajícím se používání společného zdravotního vstupního dokladu (CHED) příslušnými orgány na stanovištích hraniční kontroly v souladu s čl. 56 odst. 3 písm. b) bodem i) nařízení (EU) 2017/625 a na kontrolních místech v souladu s nařízením Komise v přenesené pravomoci (EU) 2019/2123 a s pravidly pro rozhodování o zásilkách stanovenými v článku 55 nařízení (EU) 2017/625. (Celní správa, 2024)

Při importu čaje z Japonska je nezbytné pečlivě dodržovat příslušná dovozní opatření. Na rozdíl od situace při dovozu z oblasti Číny, je vyžadováno předložení odlišných certifikací. Tato specifická opatření jsou implementována v reakci na diverzitu požadavků na import z různých geografických lokalit.

Kalkulace nákladů varianta pomalejší dopravy:

Statistická hodnota zboží byla stanovena na základě cenové nabídky japonského prodejce čaje Leisure Sangyo co.,ltd.

V rámci prvních tří kalkulací nákladů byla zvolena dopravní společnost FedEx a jejich služba Economy pro dovoz. Tato služba poskytuje doručení zásilky do Pražského skladu do tří dnů od jejího převzetí k přepravě z dovozní oblasti Japonsko. Prodejní cena čaje reprezentuje oficiálně stanovenou cenu, za kterou je čaj nabízen k prodeji v dobrých čajovnách.

Tabulka 9, kalkulační nákladů pro vybraný čaj Sencha

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha		
Statistická hodnota zboží		18 752,80 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	3 938,09 Kč
Doprava		12 420,00 Kč
Laboratorní rozbor		37 319,00 Kč
Celková cena		72 429,89 Kč
Prodejní cena		236 800,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		164 370,11 Kč
Prodej franchisantům	10% provize	79 672,88 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		7 242,99 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		157 127,12 Kč

vlastní zdroj, 2024

V první variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši deseti procent z prodeje čaje franchisantům. Z celkového zisku z prodeje čtyřiceti kilogramů čaje sencha by franchisant získal čtyři procenta, zatímco zbylých devadesát šest procent by připadlo franchisantům. Zde je patrný signifikantní rozdíl ve sdílení zisků, kdy franchisor zaznamenává pouze marginální zisk z prodeje franchisantům, zatímco franchisanti dosahují významného zisku. Tento model tedy z hlediska franchisora nedává ekonomický smysl.

Tabulka 10, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha		
Statistická hodnota zboží		18 752,80 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	3 938,09 Kč
Doprava		12 420,00 Kč
Laboratorní rozbor		37 319,00 Kč
Celková cena		72 429,89 Kč
Prodejní cena		236 800,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		164 370,11 Kč
Prodej franchisantům	50% provize	108 644,83 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		36 214,94 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		128 155,17 Kč

vlastní zdroj, 2024

V druhé variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši padesáti procent z prodeje čaje z franchisantům. I při zvýšení provize lze pozorovat, že většina celkového zisku stále připadá franchisantům. Franchisanti v tomto modelu mají sedmdesát osm procent z celkového zisku, zatím co na franchisora připadá dvacet dva procent. Tento fakt naznačuje, že stále existuje možnost dalšího zvýšení provize, aniž by to ohrozilo fungování franchisantů.

Tabulka 11, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha		
Statistická hodnota zboží		18 752,80 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	3 938,09 Kč
Doprava		12 420,00 Kč
Laboratorní rozbory		37 319,00 Kč
Celková cena		72 429,89 Kč
Prodejní cena		236 800,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		164 370,11 Kč
Prodej franchisantům	100% provize	144 859,78 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		72 429,89 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		91 940,22 Kč

vlastní zdroj, 2024

V třetí variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši sto procent z prodeje čaje z franchisantům. V této kalkulaci nákladů vidíme že franchisant nadále získává větší podílovou část na zisku z běžného prodeje. Proto je zde možné uvažovat o sto procentní marži, kdy franchisant má stále padesát šest procent podílovou část na zisku z běžného prodeje, zatím co franchisorovi zůstává čtyřiceti čtyř procentní podíl. Tento model může být výhodný pro obě strany, tedy jak pro franchisora, tak pro franchisanta.

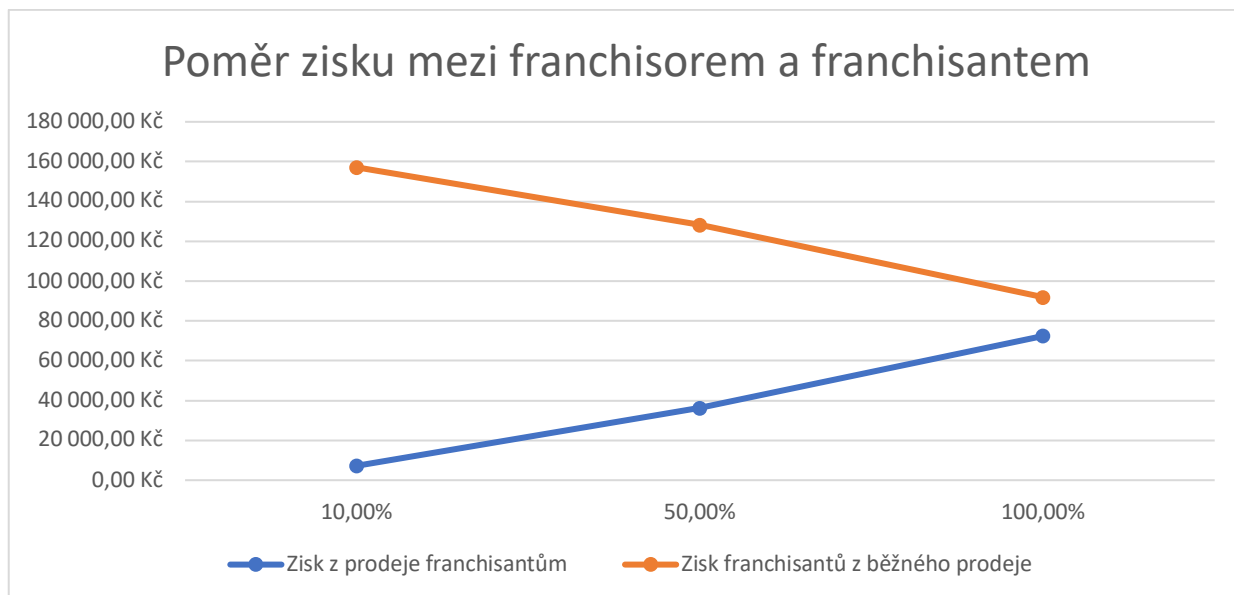
Sshrnutí:

V uvedené variantě kalkulace nákladů, kdy je zvolen levnější, avšak pomalejší způsob dopravy, byla provedena analýza porovnání provizí ve výši deset procent, padesát procent a sto procent.

Při srovnání různých úrovní provize bylo zjištěno, že franchisant vždy získává větší podíl na celkovém zisku z běžného prodeje. Na základě tohoto zjištění bylo možné zvolit model, v němž je provize franchisora z prodeje vybraného čaje franchisantům stanovena na sto procent. Tento přístup k nastavení provize umožňuje dosáhnout zisku jak pro franchisanty, tak pro franchisora.

Na grafu níže můžeme vidět, že bod kdy se maximalizuje zisk z prodeje franchisantům a zároveň se maximalizuje zisk franchisantů z běžného prodeje je nejbližší v případě nastavení sto procentní provize, nicméně nastane až při větším nastavení provize. Díky tomuto srovnání můžeme doporučit nastavení provize až přes sto procent.

Graf 8, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem



vlastní zdroj, 2024

Kalkulace nákladů varianta rychlejší dopravy:

V následujících třech kalkulacích, bude statistická hodnota zboží stanovena také na základě cenové nabídky japonského prodejce čaje Leisure Sangyo co.,ltd.

dopravu bude zvolena služba společnosti FedEx, avšak využita bude rychlejší varianta - služba priority, s očekávaným doručením do jednoho dne. Tato volba je preferována v situacích, kde je nutné čaj doručit na sklad co nejdříve a zajistit jeho co nejvyšší čerstvost.

Prodejní cena čaje reprezentuje oficiálně stanovenou cenu, za kterou je čaj nabízen k prodeji v dobrých čajovnách.

Tabulka 12, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha		
Statistická hodnota zboží		18 752,80 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	3 938,09 Kč
Doprava		16 633,00 Kč
Laboratorní rozbory		37 319,00 Kč
Celková cena		76 642,89 Kč
Prodejní cena		236 800,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		160 157,11 Kč
Prodej franchisantům	10% provize	84 307,18 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		7 664,29 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		152 492,82 Kč

vlastní zdroj, 2024

V první variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši deseti procent z prodeje čaje franchisantům. Zvýšení ceny dopravy nepřineslo výrazné změny ve výsledcích pro model s desetiprocentní provizí. Zůstává tak tento model ekonomicky nevýhodným pro franchisora.

Tabulka 13, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha		
Statistická hodnota zboží		18 752,80 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	3 938,09 Kč
Doprava		16 633,00 Kč
Laboratorní rozbory		37 319,00 Kč
Celková cena		76 642,89 Kč
Prodejní cena		236 800,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		160 157,11 Kč
Prodej franchisantům	50% provize	114 964,33 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		38 321,44 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		121 835,67 Kč

vlastní zdroj, 2024

V druhé variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši padesáti procent z prodeje čaje z franchisantům. Podobně jako v případě modelu s levnější dopravou, i zde převažuje většinový podíl zisku z prodeje u franchisantů. Zvýšení ceny dopravy nevykazuje významné změny v porovnání s modelem levnější dopravy, což naznačuje, že tato proměnná zde není výrazným faktorem ovlivňujícím výsledek. Tento model rovněž ukazuje potenciál pro navýšení provize tak, aby dosažený zisk z prodeje pro obě strany, jak franchisora, tak franchisantů, byl maximální.

Tabulka 14, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha		
Statistická hodnota zboží		18 752,80 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	3 938,09 Kč
Doprava		16 633,00 Kč
Laboratorní rozbory		37 319,00 Kč
Celková cena		76 642,89 Kč
Prodejní cena		236 800,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		160 157,11 Kč
Prodej franchisantům	100% provize	153 285,78 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		76 642,89 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		83 514,22 Kč

vlastní zdroj, 2024

V třetí variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši sto procent z prodeje čaje z franchisantům. Při takto zvolené provizi můžeme pozorovat, že zisk z prodeje franchisantům a zisk franchisantů z běžného prodeje se blíží k vyrovnání. Stejně jako u zvolené levnější dopravy má franchisant stále větší podílovou část na zisku, nicméně rozdíl od podílu na zisku pro franchisora není příliš markantní. Takto zvolený model může být optimální pro obě strany.

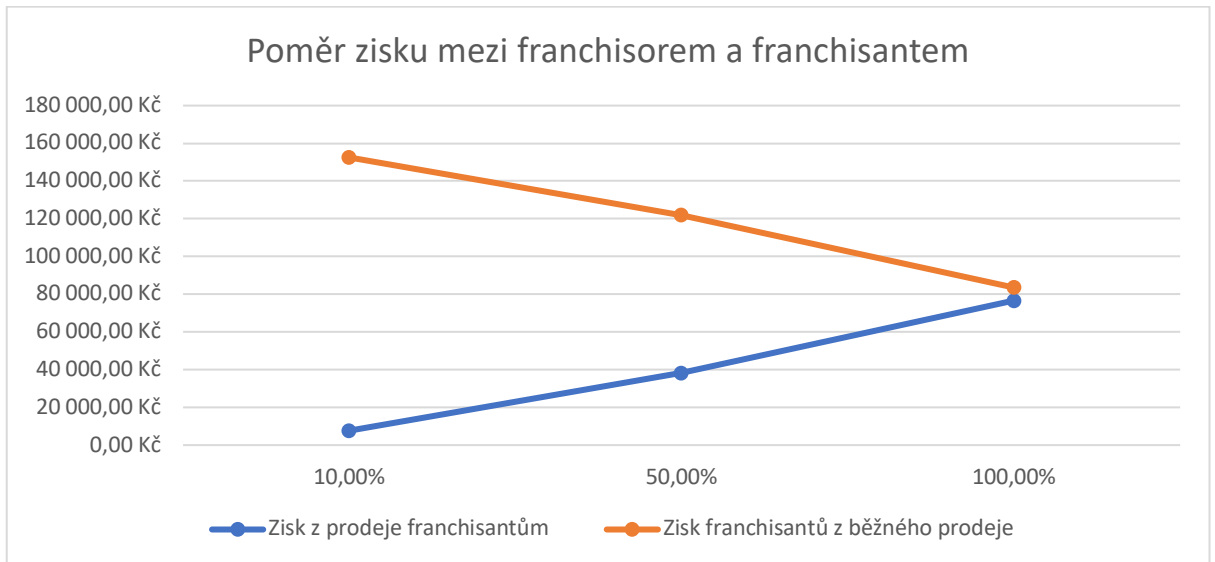
Sshrnutí:

V uvedené variantě kalkulace nákladů, kdy je zvolen dražší, avšak rychlejší způsob dopravy, byla provedena analýza porovnání provizí ve výši deset procent, padesát procent a sto procent.

Na základě provedených srovnání je patrné, že změna cen dopravy měla minimální vliv na výsledky. Tím se otevírá možnost volby rychlejší varianty dopravy, aniž by tato volba ovlivnila nastavení provize pro prodej franchisantům. Na rozdíl od levnější varianty dopravy je z grafu zřejmé přibližování bodu maxima pro zisk z prodeje franchisantům a zisk franchisantů z běžného prodeje k hranici sto procent. Toto maximum stále nastává

při vyšší zvolené provizi. Proto by se dala očekávat stejně nastavená provize i u této varianty s dražší dopravou. Na základě tohoto zjištění bych ponechal nastavené provize stejně jako u varianty s levnější dopravou.

Graf 9, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem



vlastní zdroj, 2024

4.5.3. Případová studie dovozní oblasti Indie

Pro dovozní oblast Indie, byl zvolen čaj Darjeeling himalaya. Základní sorta indického čaje z oblasti vysokohorských čajových zahrad Darjeelingu.

Zvolená váha dováženého zboží bude činit 40 kilogramů. Toto množství odpovídá 400 standardním balením čaje, po 100 gramech váhy. Dovoz čaje z Indie do České republiky podléhá specifickým celním a hygienickým předpisům, které je nutné dodržet.

Dovozní opatření - Kontrola dovozu ekologických produktů (B750, předpis R2306/21):

Pro dovoz čaje z oblasti Indie, je nutné předložit certifikáty C644 a Y929. Bez předložení těchto certifikátů je dovoz zakázán.

C644 - Potvrzení o kontrole pro ekologické produkty

Y929 - Zboží, na které se nevztahuje nařízení (EU) č. 2018/848 (ekologické produkty)

Pokud je zboží opatřeno odkazem na ekologickou produkci při označování či propagaci nebo v průvodních dokumentech, musí deklarant předložit potvrzení o kontrole C644 podle čl. 45 odst. 1 písm. (iii) nařízení (EU) č. 2018/848 (rovnocenné produkty). Pokud se nejedná o rovnocenné produkty, musí být uveden kód Y929.

Tato ustanovení se použijí navíc k pravidlům týkajícím se používání společného zdravotního vstupního dokladu (CHED) příslušnými orgány na stanovištích hraniční kontroly v souladu s čl. 56 odst. 3 písm. b) bodem i) nařízení (EU) 2017/625 a na kontrolních místech v souladu s nařízením Komise v přenesené pravomoci (EU) 2019/2123 a s pravidly pro rozhodování o zásilkách stanovenými v článku 55 nařízení (EU) 2017/625. (Celní správa, 2024)

Při importu čaje z Indie je nezbytné pečlivě dodržovat příslušná dovozní opatření. Stejně tak jako u importu čaje z dovozní oblasti Japonsko, i zde je potřeba doložit totožné certifikace.

Kalkulace nákladů varianta pomalejší dopravy:

Statistická hodnota zboží byla stanovena na základě cenové nabídky indického prodejce čaje CHATTERJEE & SON.

V rámci prvních tří kalkulací nákladů byla zvolena dopravní společnost FedEx a jejich služba Economy pro dovoz. Tato služba poskytuje doručení zásilky do Pražského skladu

do tří dnů od jejího převzetí k přepravě z dovozní oblasti Indie. Prodejní cena čaje reprezentuje oficiálně stanovenou cenu, za kterou je čaj nabízen k prodeji v dobrých čajovnách.

Tabulka 15, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya		
Statistická hodnota zboží		11 448,58 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	2 404,20 Kč
Doprava		10 609,00 Kč
Laboratorní rozbor		37 319,00 Kč
Celková cena		61 780,78 Kč
Prodejní cena		79 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		17 419,22 Kč
Prodej franchisantům	10% provize	67 958,86 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		6 178,08 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		11 241,14 Kč

vlastní zdroj, 2024

V první variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši deseti procent z prodeje čaje franchisantům. Zjistíme, že rozdíl mezi prodejní cenou čaje a celkovými náklady není značný. Při provizi ve výši deseti procent z prodeje čaje zůstává franchisantům šedesát pět procentní podíl na zisku z běžného prodeje, zatímco franchisorovi připadá podíl třicet pět procent. Tento fakt naznačuje, že existuje prostor pro mírné zvýšení provize. Nicméně je třeba poznamenat, že tento model by mohl být vhodný pro nastavení provize při prodeji indického čaje Darjeeling Himalaya.

Tabulka 16, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya		
Statistická hodnota zboží		11 448,58 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	2 404,20 Kč
Doprava		10 609,00 Kč
Laboratorní rozbory		37 319,00 Kč
Celková cena		61 780,78 Kč
Prodejní cena		79 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		17 419,22 Kč
Prodej franchisantům	20% provize	74 136,94 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		12 356,16 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		5 063,06 Kč

vlastní zdroj, 2024

V druhé variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši dvaceti procent z prodeje čaje z franchisantům. Při uvedeném nastavení provize z prodeje franchisantům připadá franchisantům sedmdesátiprocentní podíl na zisku z běžného prodeje, zatímco franchisorovi připadá podíl dvacet devět procent. Za účelem maximalizace zisku z prodeje franchisantům a zároveň maximalizace zisku franchisantů z běžného prodeje je nutné upravit provizi na nižší úroveň.

Tabulka 17, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya		
Statistická hodnota zboží		11 448,58
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	2 404,20 Kč
Doprava		10 609,00 Kč
Laboratorní rozbor		37 319,00 Kč
Celková cena		61 780,78 Kč
Prodejní cena		79 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		17 419,22 Kč
Prodej franchisantům	50% provize	92 671,17 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		30 890,39 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		-13 471,17 Kč

vlastní zdroj, 2024

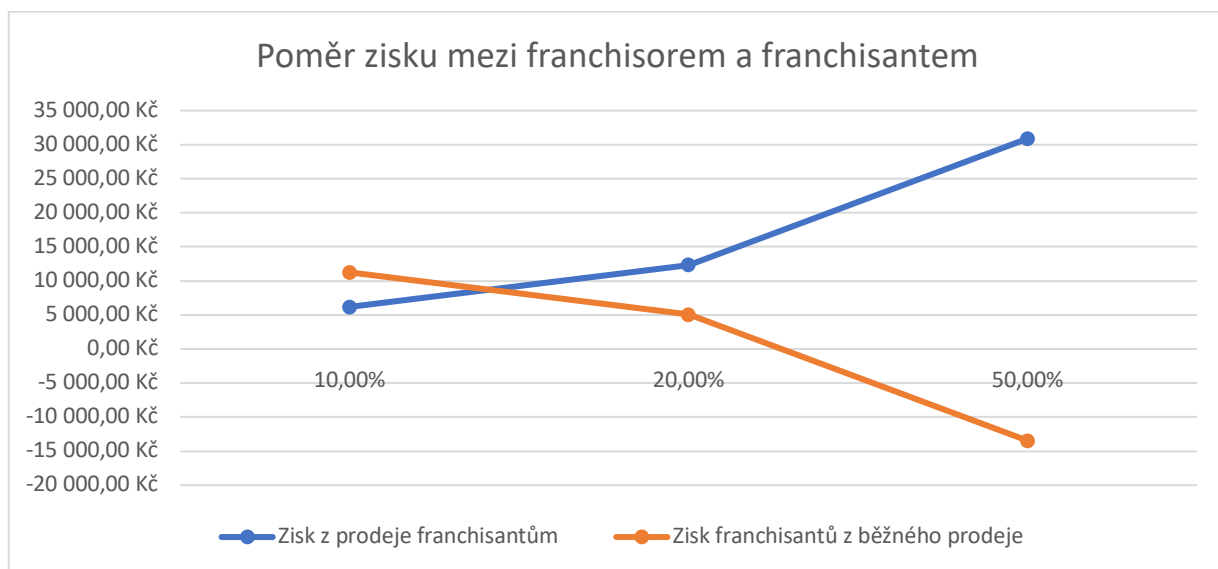
V třetí variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši padesát procent z prodeje čaje z franchisantům. Při takto stanovené provizi by franchisor dosáhl vyššího zisku z prodeje zboží franchisantům než z prodeje koncovému zákazníkovi. Tato situace by představovala problém pro franchisanta, neboť by s danou provizí nemohl zboží od franchisora ziskově nabízet koncovým zákazníkům. S ohledem na stanovenou prodejní cenu by byl pro franchisanta výsledek z prodeje koncovému zákazníkovi ztrátový.

Shrnutí:

V uvedené variantě kalkulace nákladů, kdy je zvolen dražší, avšak rychlejší způsob dopravy, byla provedena analýza porovnání provizí ve výši deset procent, dvacet procent a padesát procent. Po provedeném srovnání byl model s padesátiprocentní provizí vyloučen, neboť by pro franchisanta při prodeji konečnému zákazníkovi vyústil v ztrátu. Dokonce již při provizi kolem třiceti procent se franchisant dostává do ztrátové situace. Analyzujeme-li poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem na grafu, zjišťujeme, že maximální zisk z prodeje franchisantům a zároveň maximální zisk franchisantů z běžného

prodeje se dosahuje při provizi z prodeje franchisantům kolem patnácti procent. Doporučil bych tak nastavení provize právě okolo patnácti procent.

Graf 10, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem



vlastní zdroj, 2024

Kalkulace nákladů varianta rychlejší dopravy:

V následujících třech kalkulacích, bude statistická hodnota zboží stanovena také na základě cenové nabídky čínského prodejce čaje CHATTERJEE & SON.

dopravu bude zvolena služba společnosti FedEx, avšak využita bude rychlejší varianta - služba priority, s očekávaným doručením do jednoho dne. Tato volba je preferována v situacích, kde je nutné čaj doručit na sklad co nejdříve a zajistit jeho co nejvyšší čerstvost.

Prodejní cena čaje reprezentuje oficiálně stanovenou cenu, za kterou je čaj nabízen k prodeji v dobrých čajovnách.

Tabulka 18, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya		
Statistická hodnota zboží		11 448,58 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	2 404,20 Kč
Doprava		19 276,00 Kč
Laboratorní rozbor		37 319,00 Kč
Celková cena		70 447,78 Kč
Prodejní cena		79 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		8 752,22 Kč
Prodej franchisantům	5% provize	73 970,17 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		3 522,39 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		5 229,83 Kč

vlastní zdroj, 2024

V první variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši pěti procent z prodeje čaje franchisantům. Při zvolení takového nastavení provize je patrné, že franšizant získává větší část podílu na zisku z běžného prodeje ve srovnání s franchisorem. Celkové náklady jsou v tomto případě významné, což neumožňuje vysokou úroveň provize z prodeje zboží franchisantům. Tento zvolený model provize by tak mohl být vhodným řešením.

Tabulka 19, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya		
Statistická hodnota zboží		11 448,58 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	2 404,20 Kč
Doprava		19 276,00 Kč
Laboratorní rozbor		37 319,00 Kč
Celková cena		70 447,78 Kč
Prodejní cena		79 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		8 752,22 Kč
Prodej franchisantům	10% provize	77 492,56 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		7 044,78 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		1 707,44 Kč

vlastní zdroj, 2024

V druhé variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši deseti procent z prodeje čaje z franchisantům. Z provedené analýzy nákladů vyplývá, že většinový podíl zisku z prodeje je přisouzen franchisorovi, zatímco franchisant obdrží pouze marginální podíl na zisku. Ačkoli franchisant v této konfiguraci ještě nevykazuje ztrátu, jeho zisk je značně omezený, což může ohrozit jeho efektivnost a udržitelnost. S ohledem na tuto situaci by bylo vhodné, aby franchisor upravil provizi tak, aby byly zajištěny příznivé podmínky pro obě strany zapojené do franšízového modelu.

Tabulka 20, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya

Kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya		
Statistická hodnota zboží		11 448,58 Kč
Celní sazba	0%	0,00 Kč
Daň z přidané hodnoty	21%	2 404,20 Kč
Doprava		19 276,00 Kč
Laboratorní rozbor		37 319,00 Kč
Celková cena		70 447,78 Kč
Prodejní cena		79 200,00 Kč
Zisk z běžného prodeje		8 752,22 Kč
Prodej franchisantům	20% provize	84 537,34 Kč
Zisk z prodeje franchisantům		14 089,56 Kč
Zisk franchisantů z běžného prodeje		-5 337,34 Kč

vlastní zdroj, 2024

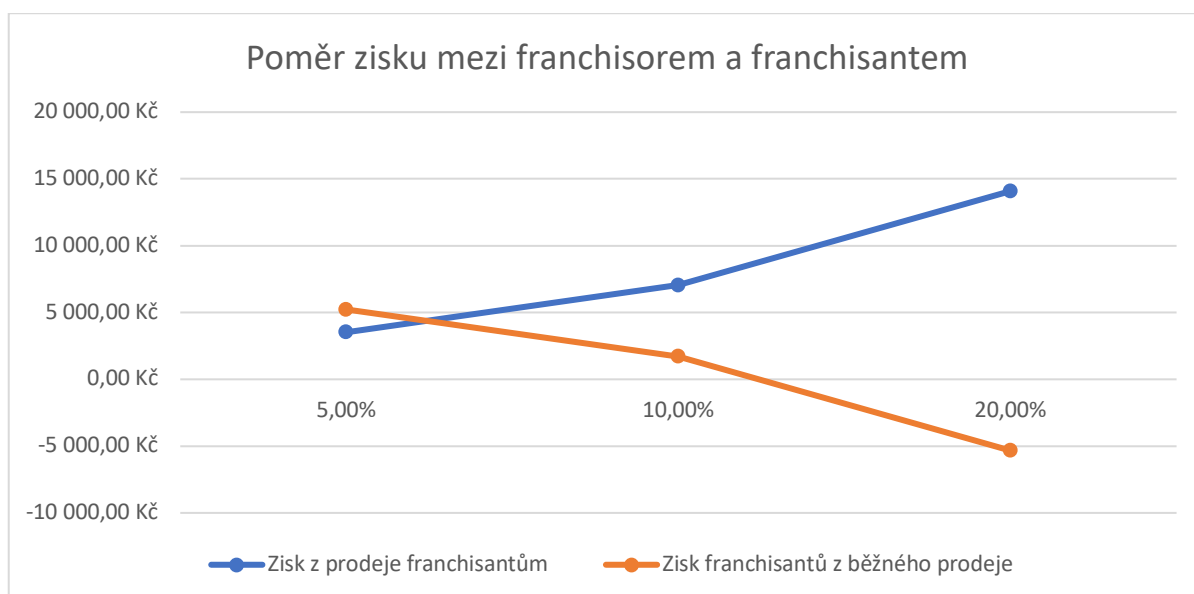
V třetí variantě této kalkulace nákladů je stanovena provize franchisorům ve výši dvacet procent z prodeje čaje z franchisantům. Pokud by byla provize stanovena na danou úroveň, franchisor by dosáhl vyššího zisku z prodeje zboží franchisantům než z prodeje koncovým zákazníkům. Tato konfigurace by způsobila potenciální problematickou situaci pro franchisanta, neboť s danou provizí by nebyl schopen zboží od franchisora ziskově nabízet koncovým zákazníkům. Vzhledem k stanovené prodejní ceně by se pro franchisanta prodej koncovým zákazníkům stal ztrátovým.

Sshrnutí:

V uvedené variantě kalkulace nákladů, kdy je zvolen dražší, avšak rychlejší způsob dopravy, byla provedena analýza porovnání provizí ve výši pět procent, deset procent a dvacet procent.

Po provedeném srovnání byl model s dvacetiprocentní provizí vyloučen, neboť by pro franchisanta při prodeji konečnému zákazníkovi vyústil v ztrátu. Při zvýšení nákladů na dopravu se posunul bod, kdy je maximalizován zisk z prodeje franchisantům a zároveň zisk franchisantů z běžného prodeje. Tento bod tak nastává při zvolené provizi z prodeje franchisantům okolo šesti procent. Dá se tedy předpokládat, že právě šestiprocentní nastavení provize může být optimální.

Graf 11, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem



vlastní zdroj, 2024

5. Závěr

Cílem bakalářské práce bylo na základě analýzy forem nákupu a způsobů dovozu čaje v systému zásobování franchisingového řetězce Dobrá čajovna zhodnotit současný stav a navrhnout možná opatření pro zlepšení.

Díličními cíli bylo popsat způsob výběru dodavatele, a s tím spojené metody výběru komodity. Dále bylo cílem nastínit procesy spojené s kontrolami a certifikacemi a identifikovat případné problémy a problematické oblasti, které se mohou vyskytnout v průběhu tohoto procesu.

Analýza forem nákupu a způsobů dovozu čaje v rámci zásobovacího systému franchisingového řetězce Dobrá čajovna poskytla důkladný pohled na klíčové náklady spojené s dovozem konkrétních čajů. V rámci této analýzy bylo zjištěno, že hlavními náklady při dovozu čaje jsou laboratorní testy společně s dopravou, přičemž tyto náklady často převyšují cenu samotného čaje.

V rámci průzkumu byla zjištěna variabilita požadovaných certifikací pro dovoz čaje z různých oblastí, jako je Čína, Japonsko a Indie. Pro dovozní oblasti Japonsko a Indie je nutné předložit certifikáty C644 a Y929, zatím co pro dovozní oblast Čína je nutné předložit certifikáty C678 a Y978. To vyžaduje individuální přístup k dovozním procesům a certifikacím pro každou z těchto vybraných oblastí. Práce poukazuje na to, že každá země má odlišné náklady na dopravu, což vyžaduje pečlivý výběr optimálních dopravních možností s ohledem na rychlost a náklady. Pokud je čaj potřeba doručit v co nejkratší době z důvodu udržení čerstvosti, nebo nutnosti naskladnění, je nutné zvolit dražší způsob letecké dopravy. Není-li to však za potřebí, nabízí se možnost levnější kurýrní anebo železniční dopravy.

Zásadním zjištěním práce je význam správného nastavení provizí pro prodej čaje franchisantům od franchisora. Provizi, za kterou bude franchisor prodávat své zboží franchisantům si určuje sám. Špatně nastavené provize mohou vést k neefektivnostem v systému a snížit konkurenceschopnost celého franchisingového řetězce. Franchisanti mají možnost prodávat čaje v původní formě tak, jak jej obdrží, nebo jej připravovat přímo v rámci čajoven do konviček. Pokud je čaj připravován na místě do konvičky, má franchisant možnost nastavení vlastní ceny za nálev, kdežto u prodeje čaje v původní formě musí franchisant dodržet stanovené ceny. Vyplývá z toho, že každý čaj vyžaduje

individuální nastavení provizí, které mohou dosahovat různých úrovní až do sta procent v závislosti na dovozní oblasti a charakteristikách daného čaje.

Navrhovaná opatření by měla směřovat k dosažení vyváženějšího rozdělení zisků mezi franchisora a franchisanty, což by přispělo k udržitelnosti a efektivitě celého systému. Tato zjištění a doporučení poskytují cenný přínos pro strategické rozhodování v rámci franchisingového modelu Dobré čajovny a mohou sloužit jako podklad pro další optimalizaci procesů a zvýšení konkurenceschopnosti podniku.

5.1. Summary

The aim was to analyse the forms of purchasing and importing tea in the supply system of the franchise chain Dobrá čajovna. On the basis of this analysis, the thesis evaluated the current situation and proposed possible measures for improvement. These are based on the developed calculations of the costs of importing tea from each selected importing area.

The thesis explains the basic principles of franchising and describes its advantages and disadvantages. Furthermore, the general requirements for food safety and quality control when importing food from other countries are outlined, including the required certifications for importing tea from the selected importing region. The specific procedures and processes of purchasing and importing tea within the Good Tea Factory franchise chain are analysed. Based on the findings of this paper, recommendations for improving the tea purchasing and importing process are proposed. The main output of this thesis is recommendations for setting up a commission system between the franchisor and franchisee.

5.2. Seznam použitých zdrojů

Literatura:

1. Doc. Ing. Hana Machková, CSc., Ing. Alexej Santo, Ing. Miroslava Zamykalová, CSc. a kolektiv. (2002). *Mezinárodní obchod a marketing*. Grada Publishing
2. Rosado-Serrano, A., Paul, J., & Dikova, D. (2018). International franchising: A literature review and research agenda. *Journal of Business Research*
3. Řezníčková, M. (2009). *Franchising: podnikání pod cizím jménem / Martina Řezníčková*.
4. Siebert, M. (2015). *Franchise Your Business: The Guide to Employing the Greatest Growth Strategy Ever*. Entrepreneur Press.
5. Spolek milců čaje s.r.o. (2022). *Nabídník čajoven*. (2. upravené vydání).
6. Tahal, R. (2022). *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy* (2. vydání). Praha: Grada Publishing.
7. Valter, K. (2016). *Lexikon dobrých čajů*. V Praze: Granit.
8. Valter, K. (2000). *Vše o čaji pro čajomily* (2., aktualiz. vyd). Praha: Granit.
9. Zákon č. 369/2019 Sb., o rostlinolékařské péči a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony.

Online zdroje:

10. BusinessInfo.cz *Základní informace pro každého importéra do ČR* [Online]. (2016). Retrieved January 31, 2024, from <https://www.businessinfo.cz/clanky/zakladni-informace-pro-importera-do-cr/>
11. Celní sazebník pro vybranou komoditu čaj. (2024). In <https://www.celnisprava.cz/cz/clo/problematika-taricu/ecit/Documents/kapitoly/09bm.pdf>
12. Celní správa. *Dovoz rostlin a rostlinných produktů ze třetích zemí* [Online]. Retrieved December 21, 2022, from <https://www.celnisprava.cz/cz/dalsi-kompetence/ochrana-spolecnosti-a-zivotniho-prostredi/Stranky/fyto.aspx>
13. Data z <https://www.czso.cz>
14. Evropský parlament; Rada Evropské unie. *Nařízení Evropského parlamentu a Rady* [Online]. Retrieved December 21, 2023, from <https://esipa.cz/sbirka/sbsrv.dll/sb?CP=32002R0178&DR=SB>

15. Ministerstvo zemědělství. *Dovoz potravin* [Online]. Retrieved December 21, 2023, from <https://eagri.cz/public/portal/mze/potravin/zivotni-situace/zakladni-informace-k-dovozum-potravin-do>
16. National library of medicine. *Prioritization of pesticides in crops with a semi-quantitative risk ranking method for Taiwan postmarket monitoring program* [Online]. (2018). Retrieved March 4, 2024, from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9298645/>
17. PROFIT system franchise services s.r.o. *S franšízou do zahraničí* [Online].(2021).Retrieved January 31, 2024, from <https://franchising.cz/clanek/4152/fransizou-zahranici>
18. Státní zemědělská a potravinová inspekce. *Dovoz potravin a surovin ze zemí mimo EU* [Online]. (2023). Retrieved January 31, 2024, from <https://www.szpi.gov.cz/clanek/obecne-informace-k-dovozu-potravin-dovazenych-do-cr-z-jine-zeme-eu.aspx>
19. Státní zemědělská a potravinová inspekce. *Potravinářská inspekce nevpustila do ČR zásilku čaje z Číny s 4x překročeným limitem pro pesticidy* [Online]. (2023). Retrieved March 4, 2024, from <https://www.szpi.gov.cz/clanek/potravinarska-inspekce-nevpustila-do-cr-zasilku-caje-z-ciny-s-4x-prekrocenym-limitem-pro-pesticidy.aspx>

5.3. Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázek 1, Celní sazebník pro vybranou komoditu čaj	15
Obrázek 2, Schéma organizační struktury	21
Obrázek 3, Mapa dobrých čajoven v ČR	22
Obrázek 4, Pečetě čistoty.....	27
Obrázek 5, Ceník laboratorních testů	31
Obrázek 6, Ceník dodatečných služeb k testování	32
Graf 1, Dovoz čaje do ČR.....	17
Graf 2, Vývoz čaje z ČR	18
Graf 3, Dovoz Maté do ČR.....	18
Graf 4, Vývoz Maté z ČR	19
Graf 5, Procentní zastoupení čajů v nabídce.....	31
Graf 6, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem	37
Graf 7, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem	41
Graf 8, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem	46
Graf 9, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem	50
Graf 10, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem	55
Graf 11, Poměr zisku mezi franchisorem a franchisantem	59
Tabulka 1, Dovoz čaje do ČR	16
Tabulka 2, vývoz čaje z ČR.....	16
Tabulka 3, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“	34
Tabulka 4, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“	35
Tabulka 5, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“	36
Tabulka 6, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“	38

Tabulka 7, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“	39
Tabulka 8 kalkulace nákladů pro vybraný čaj Long jing „Tiger spring“	40
Tabulka 9, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha	43
Tabulka 10, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha	44
Tabulka 11, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha	45
Tabulka 12, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha	47
Tabulka 13, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha	48
Tabulka 14, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Sencha	49
Tabulka 15, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya	52
Tabulka 16, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya	53
Tabulka 17, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya	54
Tabulka 18, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya	56
Tabulka 19, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya	57
Tabulka 20, kalkulace nákladů pro vybraný čaj Darjeeling himalaya	58

5.1. Přílohy

Příloha 1, Seznam Dobrých čajoven:

DČ Praha 1, Václavské náměstí

"Čajovna Matka" začala svou činnost 1. června 1993 na původním místě stáje, která byla následně přestavěna z garáže. Snaží se stát vzorem pro čajovny ve Státě. Pro své zákazníky má k dispozici dva čajové sály s pódiem, celkem s kapacitou 50 míst, salónek a prodejnu čajů. V příjemném dvorku, ozdobeném exotickým bambusem a vedle sochy Probuzeného, nabízí více než dvacet míst k posezení pod slunečníky z rákosu, ideálních pro teplé dny.

DČ Pardubice, Pernštýnská 16

Otevřená Dobrá Čajovna 6. prosince 1993 v přízemí domu Pánů Z Vlkanova, však později v roce 2004 byla přemístěna do ulice Pernštýnské. Čajový obchod a sál s výběrem čajů nabízí zákazníkům nejen širokou paletu lahodných čajů, ale také jemné pochutiny, bez masových přísad.

DČ Frýdek-Místek, Hluboká 64

Dne 16. prosince 1994 byla otevřená Dobrá čajovna v historickém domě pod zámekem na nejstarší ulici Frýdku. Čajovna se vyznačuje svým unikátním rozčleněním do několika originálně stylizovaných salónů. Poskytuje prostor japonského salónku, velkého čajového pokoje, tureckého salónku, marockého salónku a také koloniálně laděného obchodu. Kapacita čajovny umožňuje usadit až 60 hostů a v letních měsících je k dispozici venkovní terasa s výhledem do zámeckého parku.

DČ České Budějovice, Dr. Stejskala 15

Čtvrtá pobočka Dobré Čajovny se otevřela 15. prosince 1995 v samém srdci Českých Budějovic, přímo pod Černou věží. V roce 2018 proběhl přesun do nových prostor v ulici Dr. Stejskala, hned vedle budovy Jihočeského divadla. Dva prostorné čajové sály a dvě přilehlé čajové zahrádky nabízejí pohodlné posezení jak pro jednotlivce, tak i pro skupinky přátel.

DČ Ostrava-Poruba, Porubská 549

V protiatomovém krytu pod Věžičkami, nedaleko Porubského rondelu, vznikla první čajovna v Ostravě dne 1. února 1996 při vířivém tanci orientálních tanečnic. Od samotného začátku se čajovna zaměřovala na jednoduchý provoz, nabízející pouze omezený výběr čajů, servírovaných v tureckých sklenicích. Platba probíhala keramickými žetony, v souladu s tureckými pouličními zvyklostmi. Postupně se však posunuli k plnému servisu a nyní nabízí širokou škálu více než 100 druhů čajů z celého světa.

DČ Tábor, Tomovka 2

V blízkosti hlavní taborské obchodní zóny, mezi univerzitou a Botanickou zahradou, se nachází jedinečná čajovna. Ta vyniká svým raritním a stále funkčním čajovým automatem a tzv. trávním altánkem v útulném dvorečku. Nabízí mnoho míst k sezení v salóncích na židličkách, křesílcích i polštářích. Taktéž zde najdete možnost odpočinku pod stříškou venkovního prostoru s pohledem na zahrádku ve stylu japonském. Čajovna byla slavnostně otevřena dne 26. března 1996.

DČ Český Těšín, Střelniční 18

Na hlavní třídě směrem k hranicím s Polskem se 30. listopadu 1997 objevila čajovna, která zaujala neobvykle krásnou zahradou japonského typu, zanechávající nezapomenutelný otisk v historii čajovnictví u nás. Interiér nabízí 40 míst k sezení, která harmonizují se stejným pohodlím jako venkovní místa pod stříškou, na teraskách a na pódiích vkusně zasaděných do zeleně.

DČ Zlín, tř. T. Bati 3225

V květnu roku 1998 byla slavnostně otevřena čajovna ve suterénu městské vily, v blízkosti třídy Tomáše Bati, která směřuje z centra na Vizovice. Tato čajovna se pyšní svou útulností. Kromě kapacity 32 míst na židlích i polštářích, jak v hlavní čajové místnosti, tak i v salonku, nabízí v teplých měsících také přilehlý čajový altán.

DČ Český Krumlov, Latrán 54

Historie Dobré čajovny ve městě sahá až do 21. prosince 1998. Nejedná se však o jednu a tu samou čajovnu. Původní čajovna na adrese Latrán 6, nacházející se přímo na břehu divoké Vltavy, byla sice otevřena, ale bohužel byla úplně zničena záplavou. Přesto neúnavná energie místního podnikatele v Českém Krumlově vedla k vytvoření nové

čajovny, která se s leskem nachází přímo u hlavního vstupu do zámku. Kapacita této čajovny čítá 36 míst u stolů či v orientálním salóncu, s možností posezení také v klášterní zahradě.

DČ Ostrava- Zábřeh, Čujkovova 40A

Ostrava, jako moravsko-slezská metropole, představuje pro vášnivé příznivce čaje ráj. Přestože existují již dvě fungující Dobré čajovny, roce 2007 se na obzoru objevila další. Tato nová čajovna vzkvétala v Ostravě-Zábřehu v samostatně stojícím moderním pavilonu, obklopeném výškovou bytovou výstavbou z období sedmdesátých let. Její interiér byl navržen s exotickým nádechem, jak jinak. Kombinace bambusu a marockých vlivů vytvořila poutavý prostor, který pohlcuje starosti každodenního života z okolí.

DČ Brno, Františkánská 6

Na náměstí Římském, v horním patře domu s pavlačí, byla dne 1. ledna 1998 otevřena prostorná čajovna. Nabízí mnoho míst na pódíích ve třech čajových sálech, a také jedinečné posezení na pavlačí.

DČ ČNP Ostrava 1, Jurečkova 1811/18, Ostrava

Čajovna náročného pijáka, původně v kulturním domě Vitkovice, se stala ambiciózním projektem. Nové světlé sály lákají náročné zákazníky k ochutnávce čajů, vodních dýmek, rozmanitých pochoutek a především vegetariánských Poké Bowl. Nabídka zahrnuje deskové hry, pohled do akvarijního světa, odpočinek na polštářích, a dokonce i krátkou zastávku u barového pultu. To vše se nachází ve dvou podlažích na nové adrese.

DČ Kutná Hora, Havlíčkovo nám. 84

V historickém objektu, o němž se zmiňuje kronikář již v roce 1536, otevřela svou náruč dne 1. října 1998 čajovna nejspolehlivějších chutí. Čajový pokoj a salónek s kapacitou 20 míst se zdály být nedostatečné pro všechny milovníky čaje. Proto se v roce 2013 čajovna přestěhovala do prostor historického domu vedle kostela sv. Jakuba. Dva pokoje a čajový krámk v přízemí, v suterénu pak salónek pro příznivce vodních dýmek a zahrádka v orientálním stylu splňují veškeré požadavky návštěvníků, kteří si užívají čajového rituálu.

DČ Olomouc, Havelkova 7

V samém centru města, nedaleko od starobylé tržnice, se nachází od 23. 12. 2004 čajovna v přízemí domu. Je zde možnost využít salon pro oslavy, který je oddělený, a jakmile

vstoupíte, ocitnete se v čajovém krámu. Zde probíhá prodej čajů a jejich příprava. V patře se nachází další čajový salón a terasa zateplená pro ty, kteří si chtějí užít dýmku.

DČ Plzeň, Smetanovy sady 5

Smetanovy sady se staly ideálním místem pro umístění Dobré čajovny, která zde našla své útočiště. Kromě prodejny v přívětivém prostoru čajovny máte možnost posedět i v mnoha dalších malebných zákoutích tohoto velmi uvolněného podniku. Suterénní prostor v horním patře s přístupem po skrytém schodišti za výklenkem je vyhrazen příznivcům odpočinku s vodními dýmkami. Na dvorku ve stínu synagogy je také k dispozici další posezení.

DČ Teplice, Kollárova 4

Od samotného otevření dne 1. listopadu 2002 je posezení pro 50 návštěvníků rozděleno do čtyř čajových pokojů. Hlavní prodej a příprava sypaných čajů probíhá v jednom z nich, vedlejší pokoj pak nabízí posezení na ratanových židlích. Třetí pokoj disponuje dvěma čajovými lóžemi pro větší skupiny návštěvníků, kteří si mohou odpočinout pod magickou oblohou ve čtvrtém salonku.

DČ Hradec Králové, Masarykovo nám. 39

Ve městě Hradec Králové, byla dne 31. května 2003 slavnostně otevřena významná čajovna na Masarykově náměstí. Za skromným vstupem do domu lze nalézt království čaje. Návštěvník, který projde čajovým obchodem, může vstoupit do čajového sálu nazývaného "Indický autobus". Zadní část domu láká orientální čajová zahrada, ideální ke spokojenému odpočinku zejména v teplých měsících.

DČ Ústí nad Labem, Mírové nám. 18

Ústí nad Labem odolávalo náporu Dobrých čajoven dlouhou dobu, ale nakonec podlehl tlaku vybudovat zde Dobrou čajovnu. V roce 2009 zde byla otevřena čajovna, která má vchod z malého dvorečku, podobně jako čajovna matka v Praze, nachází se přímo v centru města. Vlevo vedle obchodu s čaji se nachází kouřící část s několika pódii a místem pro přípravu dýmek. Na druhé straně jsou prostory bez kouře určené pro poctivé milovníky čaje.

DČ Praha 1, Ostravní 26

V Ostrovní ulici v Praze se podařilo na ploše přibližně 70 metrů čtverečních umístit nejen obchůdek s čaji, ale i pult vyhrazený pro jejich přípravu, prostor pro přípravu dýmek, dvě pódia a celkem dalších 16 míst k sezení na ratanových křesílkách. A to není vše. Do tohoto půdorysu se ještě vešly malé skládek a toalety. Jako bonus pro ty, kteří jsou ochotni vyšplhat pro zážitek z pití čaje až k výšinám pod stropem, existuje posezení na vyvýšeném pódiu, které je skryto před zraky veřejnosti.

DČ Liberec, Růžová 1

Čajovna v Liberci byla otevřena v prosinci roku 2012. Čajovna se skládá ze dvou hlavních čajových sálů s pódiiem v japonském stylu a salonku pro užívání vodních dýmek.

DČ Karlovy Vary, Bulharská 2

Dobrá čajovna v Karlových Varech nabízí sklepní prostor, ve kterém se nachází čajový pult na prodej čaje, pódio kde si lze vychutnat vodní dýmku, a nebo si lze vychutnat čaj či pokrm u jednoho z čajových stolečků.

DČ Cheb, Svobody 38

Vstupní čajový obchod propojený s čajovým sálem v tradičním ratanovém provedení a pódium s polštáři pro příznivce vodních dýmek nabízí poklidné odpočinknutí všem čajovým poutníkům. Pořádá se zde hodně gastronomických akcí, a čajovna se těší velké oblibě.

DČ Havířov, Dlouhá třída 13A

Ve městě Havířov na hlavní Dlouhé třídě v patře domu č.p. 13A se nachází Dobrá čajovna, která navázala na předchozí tradici čajovny Na dlani, ve které se po mnohá léta pozvolna pěstovala a kultivovala záliba místních milovníků čaje k tomuto lahodnému nápoji. Až v roce 2015 se čajový živnostník Bedya, původem z Českého Těšína, rozhodl přijmout výzvu a otevřít zde výjimečnou Dobrou čajovnu.

DČ Kolín, Na Hradbách 152

Historie čajovny v Kolíně sahá až do roku 1998. Tehdy byla otevřena v historickém domě s tajemným sklepem, kde dodnes stojí místo židovské rituální koupelny Mikve. V prosinci 2016, po zásadní renovaci, v domě, vznikla Dobrá čajovna.

DČ Košice, Mäsiarska 42

První pobočka Dobrých čajoven v blízkém zahraničí vznikla na Slovensku v roce 1998. V historickém domě, umístěném v centru města, nabízí místo k sezení pro 33 hostů a dva salónky pro milovníky vodních dýmek. Kromě toho se nachází v patře neobvyklý prostor pro společenské, kulturní a duchovní aktivity, což tuto čajovnu činí jedinečnou v celé síti Dobrých čajoven.

1000Tea, Váci utca 65 Budapest

V roce 1996 byl otevřen čajový obchůdek přímo v centru Budapešti na pěší zóně Váci Útca. Čajovnička se připojila v roce 1998. Otevření salónku v červnu 2006 učinilo tuto čajovnu plnohodnotným zástupcem značky v Maďarsku.

Czajownia, ul. Józefa 25, Kraków

Ve městě Krakově, ve čtvrti Kazimierz, se otevřela Dobrá čajovna. V sousedství Nové synagogy nabízí čaj ve všech variantách a navíc umožňuje kouření vodních dýmek ve vyhrazených salóncích. Krakovská Czajownia byla otevřena v roce 2006 a zažívá zvláštní oblibenost během letního Festivalu židovské kultury. Tato událost, která patří mezi nejvýznamnější koncerty v Krakově, se koná před vchodem do čajovny.

Czajownia, ul. Białoskórnicza 7-9/1, Wrocław

Město Vratislav se stalo druhým městem v Polsku, kde byla otevřena dobrá Czajownia v roce 2010. Čajovna vyniká malebně zařízeným dvorkem v japonském čajovém stylu a nabízí posezení ve třech útulně vybavených čajových místnostech. Zde je k dispozici kompletní sortiment čajů a vodních dýmek.

Dobrá Tea

Dobrá čajovna se také uchytila v Americe, kde otevřela nejednu pobočku. Nalézt ji můžeme v Ashvillu, Burlingtonu, Portlandu, Pittsburghu a nebo také v Ashlandu.

(Spolek milců čaje s.r.o., 2022)

Příloha 2, informace o čajích z vybraných dovozních oblastí:

O Čajích

Čaj pravděpodobně vznikl v oblasti dnešního čínského Jün-nanu. Semena byla přenesena do Assamu v Indii řekou, vytvářející odrůdu *Camellia assamica*. Mekong přinesl semena do jihovýchodní Asie, kde vznikla kambodžská varieta. Nakonec řeka Jang-c'-ťiang převezla semena do jižní Číny, kde vznikla čínská odrůda *Camellia sinensis*. Čajovník má historii sahající možná až 10 000 let, a čínská civilizace přeměnila čaj v nekonečné chutě a vůně. Zatímco domorodci v Asii konzumovali listy čajovníku, čínská civilizace jej proměnila v různé lahodnosti. Čaj a čajovníky se rozšířily do Japonska, Koreje, Vietnamu a dalších zemí. V rodu *Camellia*, kromě dekorativních rostlin, se vyskytuje dalších 23 druhů obsahujících kofein, převážně ve stopových množstvích. Zajímavé je, že k výrobě čaje se většinou využívá druh *Camellia taliensis* s obsahem kofeinu 2,5 %. Čajovník v průběhu času poskytl mnoho hybridů, klonů a odrůd, přispívajících k bohatství nabídky různých čajů.

Dnes se čaj pěstuje téměř v celém tropickém a subtropickém pásu, kde jsou vhodné podmínky pro pěstování, a konzumuje se prakticky po celém světě.

Přesto z obrovského množství vyprodukovaného čaje je jen nepatrný zlomek opravdu dobré kvality, a to díky malým oblastem, kde lidé s hrdostí vyrábějí výtečné čaje. Patří sem především Darjeeling v Ásámu, několik plantáží v Nilgiri a Nepálu. Kultura čaje s produkcí vynikajících čajů je zakotvena na Tchaj-wanu a také v Japonsku. Čína, kolébka čaje, která dříve dodávala mnoho vynikajících čajů, v současnosti, kvůli rozsáhlým změnám, nabízí jak výborné, tak i velmi nekvalitní klasické druhy. (Valter, 2016)

Kvalitní druhy čaje lze dělit několika způsoby.

Podle původu čaje : Čínské, Indické, Ceylonské, Z formosy (Taiwan), Japonské

Dále lze čaj dělit podrobněji podle oblasti, ve které je pěstován v každé dané zemi.

Podle způsobu výroby: Černé (červené), (plně fermentované), Modrozelené, (částečně fermentované), Zelené, (nefermentované), Bílé, (lehce fermentované), Žluté, (speciálně fermentované)

Podle velikosti listu: Celolistové, Zlomkové, Drťovité, práškovité, Typu CTC (Valter, 2000)

Čínské čaje

Na všech čínských čajích je patrné, že tisíciletá zkušenost není jen tak překonatelná. Jsou pečlivě zpracované, s vynikajícím vzhledem, skládající se z dokonale zvládnutých listků nebo perliček. Komunistická Čína si mohla dovést slavné čajové kódové standardy, pod kterými byl celý konkrétní čaj s minimálními odchylkami ve vlastnostech.

Čísla standardu mají poněkud specifickou logiku, kde obvykle nižší číslo odpovídá lepší kvalitě. Například u běžných obchodních čajů typu Keemun standardů 1154, 1143, 1132 a 1110 kvalita stoupá v tomto pořadí. Centralizovaným mícháním příslušných standardních sort od zkušených čínských odborníků bylo možné objednat přesně stejný čaj bez nutnosti ochutnávání.

Dnes se začínají objevovat důsledky deregulace, a to jak horší a nespolehlivá kvalita na jedné straně, tak i nové, nevídané, výborné čaje na straně druhé. Doufejme, že si Čína uvědomí obrovský potenciál a zisk, který může získat prodejem čajů z jednotlivých plantáží, podobně jako jsou Single Estate v Darjeelingu. To by pro nás znamenalo příliv nových a vzácných čajů.

Rozdělit a klasifikovat čínské čaje je snad ještě obtížné, protože čínské čaje mají mnoho podobností a odlišností. Mezi černými (červenými) čínskými čaji vynikají dva čaje, Yunnan a Keemun, s velmi výrazným charakterem, který rozpozná každý. Mezi těmito dvěma skvosty existuje celá řada dalších, kde lze rozpoznat charakteristiky toho či onoho, přičemž každý má svou vlastní, ačkoli méně výraznou osobnost. (Valter, 2000)

Indické čaje

Na rozsáhlém území Indie se nachází mnoho oblastí, kde se pěstuje čaj. Z nich nejvíce vynikají Darjeeling, Assam a Nilgiri, kde se pěstují a vyrábějí skutečně kvalitní čaje. Dalších oblastí v Indii, jako jsou Terai, Doars, Travancore, Tamil Nadu, Arunachal Pradesh atd., většinou vyrábějí pouze průměrné čaje.

Čaje z Darjeelingu

Darjeeling, malé území na severu Indie, je známé produkcí kvalitního černého čaje, srovnatelného s nejlepšími Oolongy z Formosy.

Plantáže, osázené převážně čínskými čajovníky s různým podílem assámské varianty, vytvářejí zvláště vonný čaj díky specifickému klimatu. Hlavní plantáže jsou tak slavné, že jejich jména vyvolávají pocit, jako byste právě tento čaj pili. S 83 plantážemi

rozdělenými do tří skupin kvality a složitým horským reliéfem je práce na sklizni v Darjeelingu prováděna ručně nebo strojově.

Zajímavostí je variabilní fermentace čaje a rozdělení sklizní do dvou "flavoury seasons". První sklizeň (First Flush) od února do dubna a od května do června druhá sklizeň (Second Flush). Někdy se rozlišuje i podzimní sklizeň nazývaná "Third Flush" nebo "Autumnal".

Čaje z Assámu

V čajové oblasti východní Indie, známé svou rozlohou přibližně 2000 plantáží, pěstují výhradně assamskou variantu čajovníku, která dobře prosperuje v místních tropických podmínkách. Plantáže se rozkládají v nížinách v nadmořské výšce 90-150 metrů. Sklizeň čaje probíhá prakticky po celý rok, s dvěma sezónami – sušší období od března do června a od poloviny října do ledna. Čaj se sklízí jako první nebo druhý výběr (First Flush a Second Flush).

Vzhledem k vysokému objemu produkce se zde široce využívá mechanizace, a vedle tradiční ortodoxní metody se používají i moderní zpracovatelské techniky, jako jsou Rotorvane a CTC.

Díky podobným klimatickým podmínkám a půdě jsou čaje z různých plantáží velmi podobné. Na trhu se objevují jako listové čaje (FOP a vyšší třídy), přičemž hlavní část produkce tvoří zlomkové čaje (BOP a vyšší) a čaje CTC ve formě drobných granulek. Některé plantáže vyrábějí i zelený, nefermentovaný čaj. Drobnější typy čaje (Fannings, Dust) nejsou běžně dostupné na trhu v sypané formě, protože se často používají ke směsím, sáčkovaným čajům a výrobě nápojů jako je ledový čaj apod.

Čaje z Nilgiri

Tato čajová oblast v horách jižní Indie byla do nedávné doby známa především produkcí standardních čajů, využívaných v směsích jako English Blend, sáčkovaných čajích a aromatických směsích. Některé plantáže, které praktikují ortodoxní výrobu čaje, však začaly produkovat vyšší kvalitu čaje a dokonce experimentují s novými typy, včetně čajů „First Flush” a čajů typu Oolong.

Tyto plantáže se nacházejí ve výšce od 600 do 2750 metrů nad mořem a mají dvě „flavoury seasons” v roce. První, delší sezóna trvá od ledna do dubna, zatímco druhá, kratší, probíhá v červenci a srpnu po období dešťů. (Valter, 2000)

Japonské čaje

čaj je znám v Japonsku od devátého století, kdy byl importován z Číny buddhistickými mnichy. Nejlepší druhy japonských čajů se stále pěstují kolem města Uji, kde se na konci 12. století začal čaj poprvé systematicky pěstovat. Většina plantáží je v Japonsku rozložena mimo území a ostrovy kolem Tokia. Vyrábí se zde prakticky pouze zelený čaj, který tvoří 98% sklizně. Podobně jako v Číně se při výrobě neutralizují fermentační enzymy teplem, avšak japonská metoda používá k tomu horké páry. Poté se listy předsuší, případně lehce zatočí, dosuší, čistí a třídí. Většina japonských čajů patří k typu „Přírodní list“ („Natural leaf“), s výjimkou práškového čaje typu Matcha, který se používá při japonské čajové ceremonii.

Základní typy japonských čajů lze rozdělit podle stoupající kvality na tři skupiny: Bancha, Sencha a Gyokuro. Toto třídění je poměrně volné a jednotlivé třídy se často překrývají, takže můžeme někdy zjistit, že například čaj označený jako Gyokuro je horší než špičková Sencha. Nejvyšší kvality čaje pocházejí z první, jarní sklizně, obvykle prováděné od konce dubna do poloviny května, a nazývají se někdy čaje „First Flush“. Další, méně kvalitní sklizeň „Second Flush“, se sklízí do konce května. Červnová sklizeň „Third Flush“ je pak ještě méně kvalitní. Ceny vyrobených čajů také klesají podle příslušné sklizně, avšak je to pouze obecná tendence, protože i v červnové sklizni můžeme najít kvalitní čaje.

U japonských čajů platí jednoduché pravidlo, že čím je list tmavěji zelený, tím je čaj kvalitnější. O kvalitě daného čaje také mnoho napovídá intenzita a svěžest vonné sypaného listu. Dále svědčí o vyšší kvalitě daného čaje také zelenější odstín jeho nálevu (zejména u čajů stejného druhu). Připomínáme, že poměr vody a čaje je závislý na individuální chuti, což platí u zelených čajů dvojnásob. Uvedené poměry jsou pouze informativní a je nutno je přizpůsobit osobní chuti.

