

Ing. Alena Šafrová Drášilová, Ph.D.

# Základy podnikání

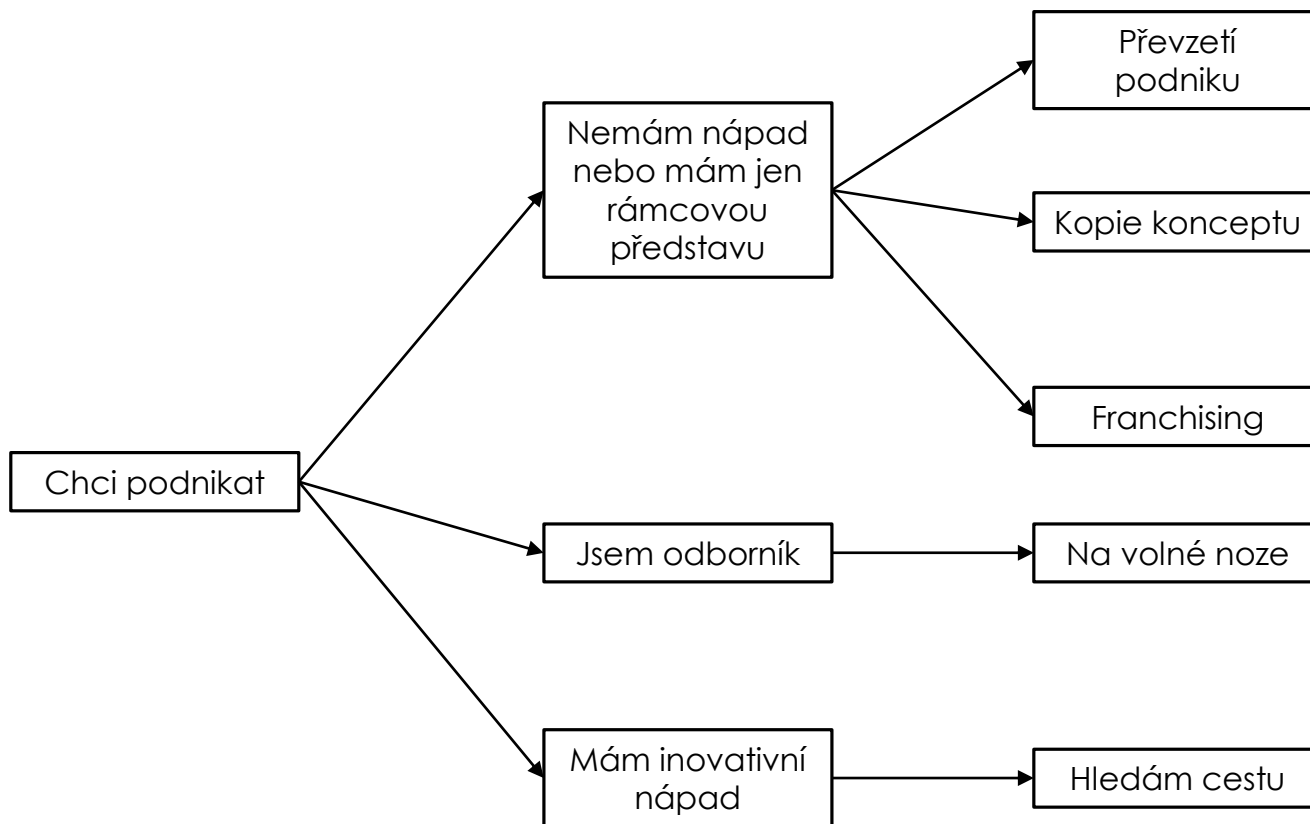
(2)

---

# Obsah bloku

- Začátek podnikání
  - Sen, nápad a koncept
  - Inovační proces
  - Životní cyklus výrobků a služeb
  - (A)sociální podnikání
- 
- Úkolový list č. 2

# Začátek podnikání



# Začátek podnikání

- převzetí zavedeného podniku
- modifikovaná kopie existujícího podniku
- franchisa
- podnikání pro podnikání
- inovativní nápad

# Převzetí zavedeného podniku

- částečně překonané počáteční obtíže
- historicky zafixované výhody i chyby
- dodavatelsko-odběratelské vztahy
- zavedená klientela
- finanční historie podniku
- obtížné prosazování změn (jediná šance)
  
- rodinné podniky, maloobchodní prodejny, restaurace, specifické provozy

# Kopie existujícího podniku

- „umím to líp“
- je třeba vybudovat konkurenční výhodu
  - na lepším místě / na vhodném místě
  - lepší servis, kvalitnější služba, ...
  - nižší ceny
  - lepší / vhodnější / komplexnější nabídka
  - ...
- ověřená a fungující koncepce
- rizika konkurence se zavedenými podniky
- nedostatek zkušeností

# Franchisa

- „licence (právo) opravňující franchisanta k provozování odbytové koncepce franchisora vlastním jménem na vlastní účet“
- ověřený, zavedený koncept
- historie značky
- podpora franchisanta franchisorem
- výrazně větší úspěšnost

# Podnikání pro podnikání

- v typických profesích
- řemeslníci, agenti, lektori, autoři, účetní,...
- jinak to nejde, nebo je málo příležitostí
- podnikatelský základ je součástí (re)kvalifikace
- nenáročné na investice
- náročné na uživení
- extrémně závislé na poptávce, referencích, kontaktech, reputaci, stálých zákaznících,...
- velmi silná konkurence, malé rozdíly



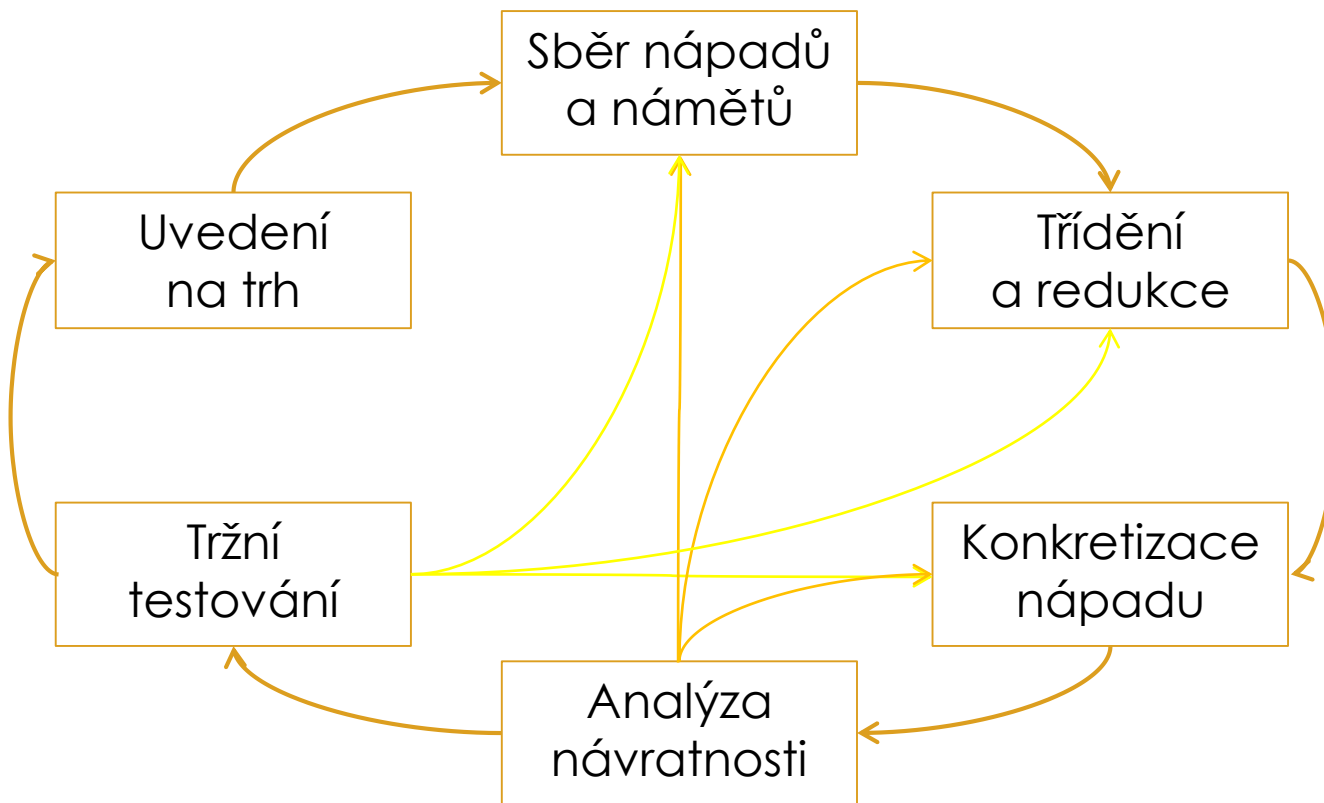
# Inovativní nápad

- nový koncept podnikání
- postavený na snu, nápadu, nedostatku
- produkt na trhu chybí, je nový
- obtížný pro odhad budoucí poptávky
- velké riziko neúspěchu
- riziko kopírování konkurencí
- vše je třeba vybudovat od nuly
- nejzábavnější

# Kontinuální inovace

- na trhu vyhrávají ti, kteří
  - respektují zákazníka jako střed svého světa
  - akceptují zaměstnance jako nejdůležitější zdroj
  - sledují a respektují konkurenci
  - spolupracují s dodavateli
  - vylepšují své produkty
  - jsou odpovědní
  - investují
  - počítají
  - propagují

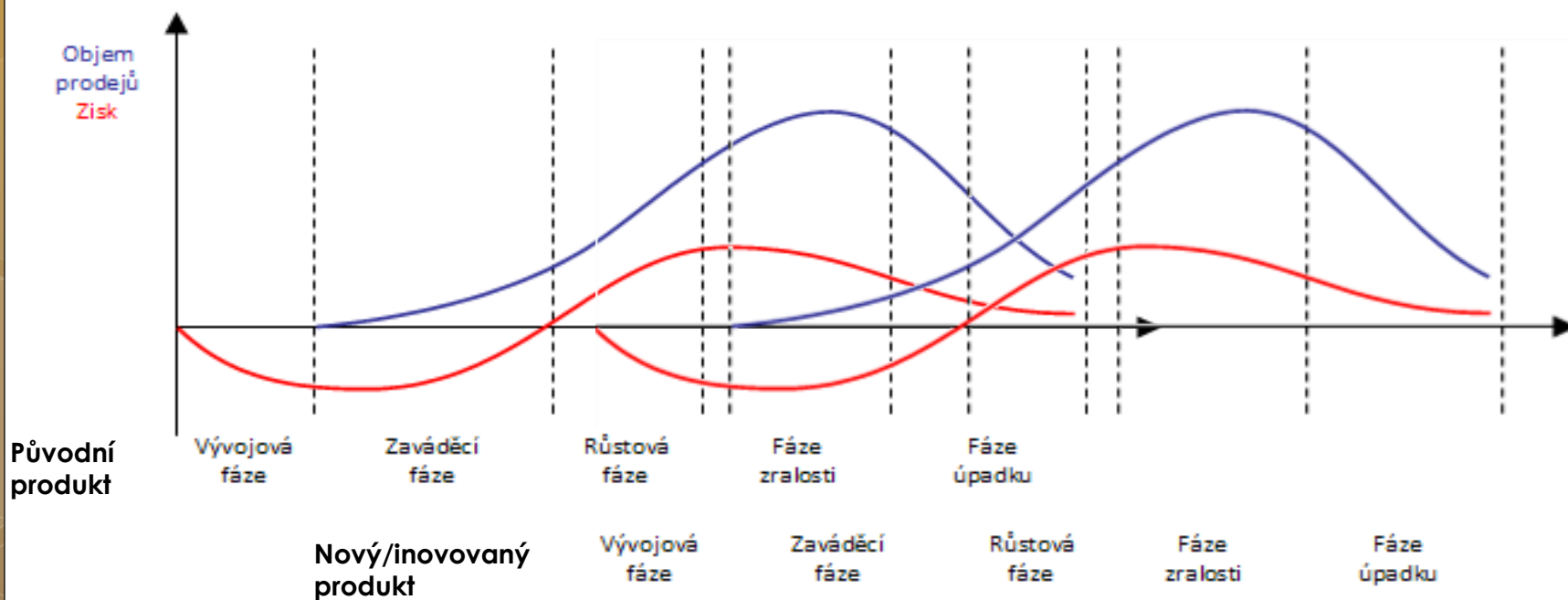
# Inovační proces



# Životní cyklus výrobků a služeb

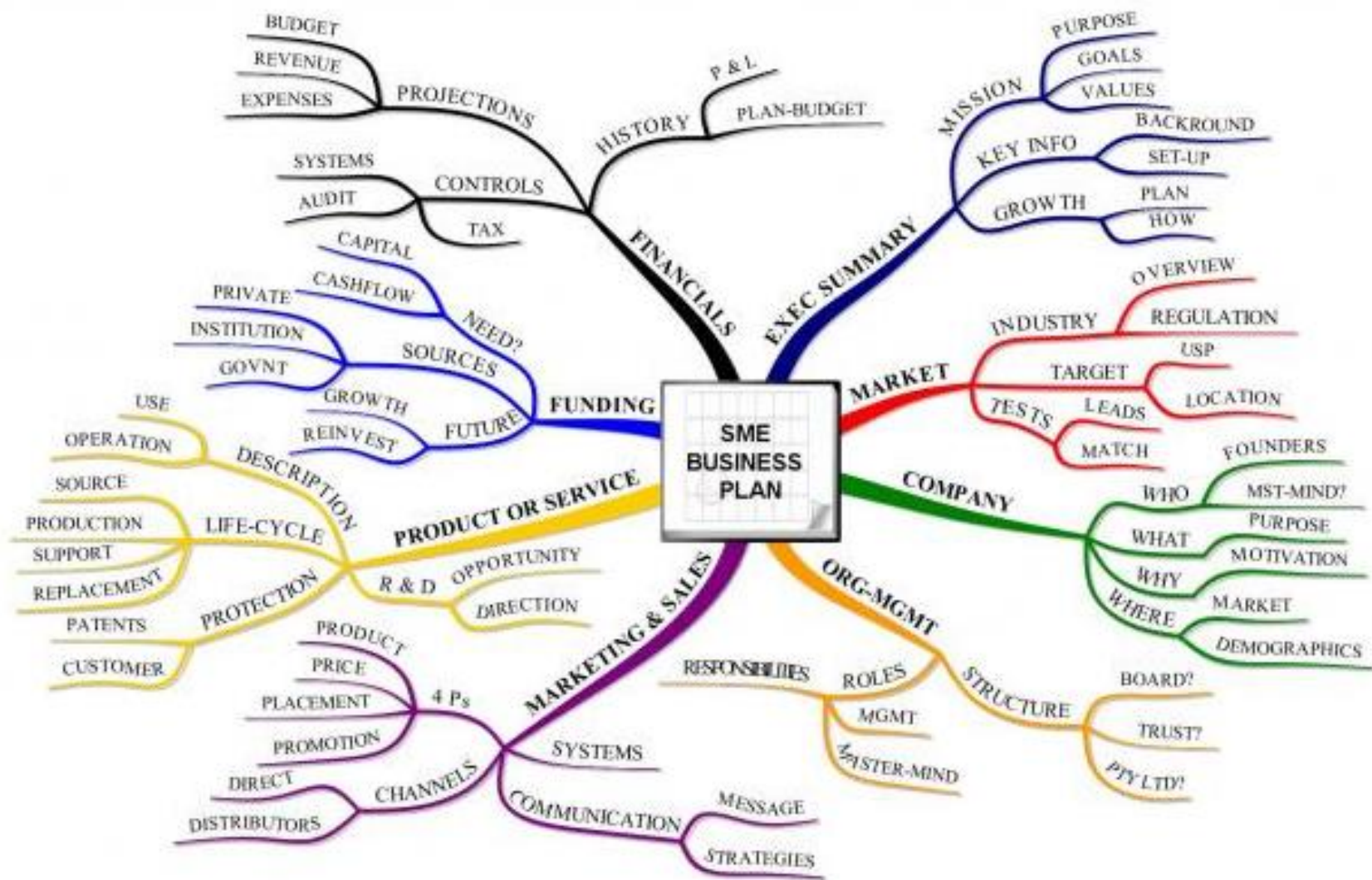
- **Fáze uvedení** – nízká zaváděcí cena, vysoké náklady na distribuci a prodej, nízký zisk
- **Fáze růstu** – rostoucí objemy prodeje, klesající podíl nepřímých nákladů, rostoucí zisk
- **Fáze zralosti** – klesá podíl původního výrobce, nejvyšší zisk
- **Fáze úpadku** – změny v potřebách spotřebitelů, snížení poptávky po výrobku

# Životní cyklus



# Sen, nápad a koncept

- nápad je sen napsaný na papír
- nápad je jen začátek
- složitější není nutně lepší (právě naopak)
- musí existovat způsob, jak nápad zpeněžit
  
- nápad je třeba rozpracovat do podoby konceptu se všemi vazbami a souvislostmi
  - XMind (<http://www.xmind.net/>)
  - Simplemind (<http://www.simpleapps.eu/simplemind/>)



# (A) Sociální podnikání



charita, nevládní  
neziskové  
organizace

neziskové projekty  
s doprovodnými  
ekonomickými  
aktivitami

sociální  
podnikání

společensky  
odpovědné  
podnikání

reinvestice  
zisku do CSR  
projektů

podnikání  
pro zisk



# Úkolový list č. 2

- Varianta 1: Myšlenková mapa projektu
- Varianta 2: Myšlenková mapa studia
- Varianta 3: Franchisa

# Varianta 1: Myšlenková mapa projektu

- důkladně si promyslete projekt z úkolového listu č. 1 nebo vytvořte nový **(1)**
- projděte si odkazy na zpracovávání myšlenkových map a jeden z nástrojů si vyberte **(2)**
- zpracujte myšlenkovou mapu svého projektu **(3)**
- stručně mapu popište **(4)**

## Varianta 2: Myšlenková mapa studia

- důkladně si promyslete povinnosti spojené s ukončením svého studia a další související aspekty **(1)**
- projděte si odkazy na zpracovávání myšlenkových map a jeden z nástrojů si vyberte **(2)**
- zpracujte myšlenkovou mapu svého studia **(3)**
- stručně mapu popište **(4)**

# Varianta 3: Franchisa

- vyhledejte nabídku franchisingových projektů **(1)**
- vyberte si takový, který Vás oslovuje a popište jej **(2)**
- zpracujte myšlenkovou mapu projektu **(3)**
- stručně mapu popište, pokuste se odhalit úskalí a výhody **(4)**

# Zajímavé odkazy

- <http://www.czech-franchise.cz/katalog/%20?page=4>
- <http://www.rozjezdy.cz>
- <https://podnikatelroku.cz/>
- [http://pardubice.idnes.cz/ceske-ghicko-ghi-prepustene-maslo-vysoke-myto-f4z-/pardubice-zpravy.aspx?c=A150522\\_203156\\_pardubice-zpravy\\_msv](http://pardubice.idnes.cz/ceske-ghicko-ghi-prepustene-maslo-vysoke-myto-f4z-/pardubice-zpravy.aspx?c=A150522_203156_pardubice-zpravy_msv)
- [http://finance.idnes.cz/podnikatelka-lucie-hladikova-o-ceske-vyrobe-plen-f6f-/podnikani.aspx?c=A160215\\_230219\\_podnikani\\_mrs](http://finance.idnes.cz/podnikatelka-lucie-hladikova-o-ceske-vyrobe-plen-f6f-/podnikani.aspx?c=A160215_230219_podnikani_mrs)
- [http://finance.idnes.cz/rozhovor-s-podnikatelem-martinem-krizem-fp2-/podnikani.aspx?c=A160201\\_164700\\_podnikani\\_kho](http://finance.idnes.cz/rozhovor-s-podnikatelem-martinem-krizem-fp2-/podnikani.aspx?c=A160201_164700_podnikani_kho)

# Doplňující literatura

- **HAWKEN, Paul, Amory B LOVINS a L LOVINS.** *Přírodní kapitalismus: jak se rodí další průmyslová revoluce.* Vyd. 1. Praha: Mladá fronta, 2003, 476 s. ISBN 80-204-1078-3.
- VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy.* 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.
- VEBER, Jaromír. *Management: základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita.* 2. aktualiz. vyd.. Praha: Management Press, 2009, 734 s. ISBN 978-80-7261-200-0.