

Ing. Alena Šafrová Drášilová, Ph.D.

Zakládání firmy

(2)

Obsah bloku

- Začátek podnikání
 - Sen, nápad a koncept
 - Inovační proces
 - Životní cyklus výrobků a služeb
 - Konkurenční výhoda
-
- Úkolový list č. 1

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, lektoři, 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

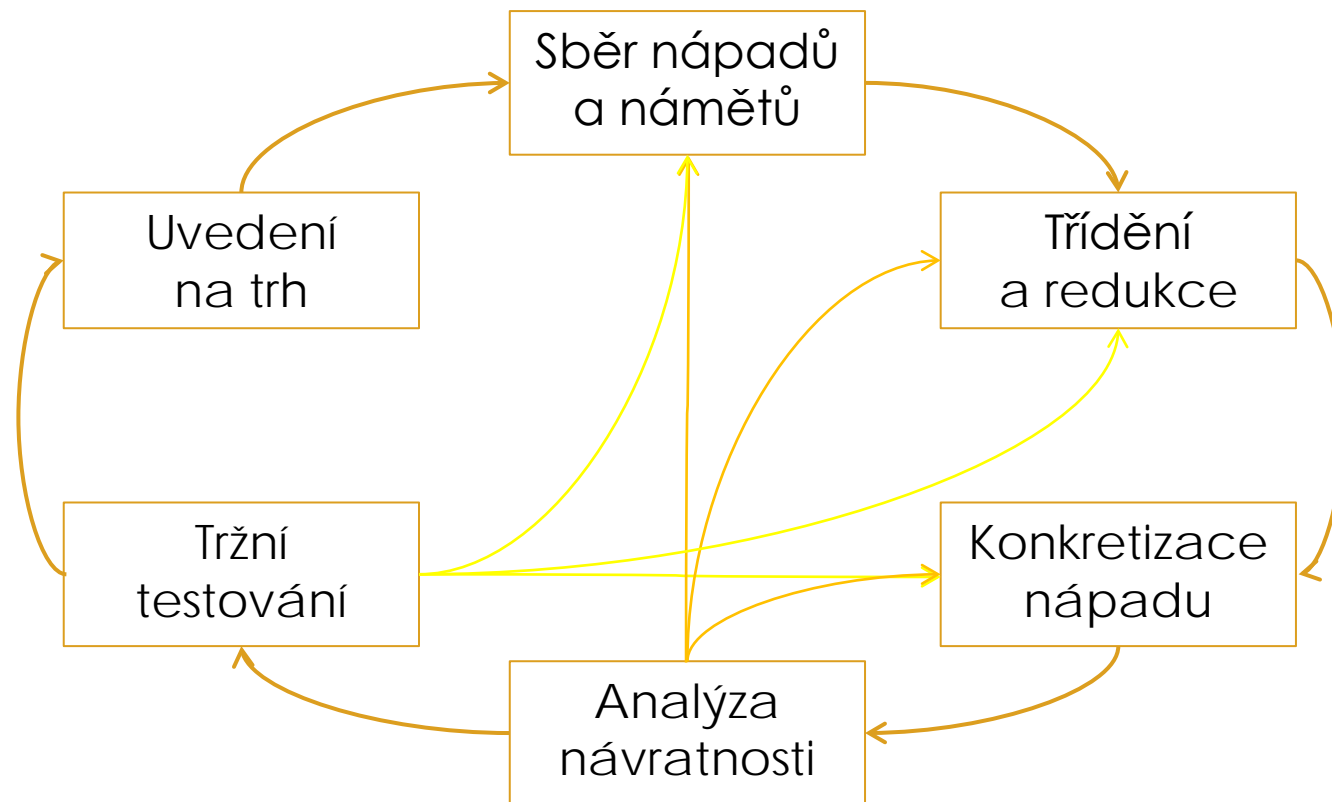
Sen, nápad a koncept

- 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/>)
 - Myšlenkové mapy (<http://www.myslenkove-mapy.cz>)



Inovační proces



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

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

Úkolové listy

- Výsledek nezabere více než 1 stranu A4
- Zadání vždy na „přednášce“
- Zpracování v rámci „cvičení“
- Dopracování a odevzdání nejpozději do následujícího bloku
- Bodové hodnocení v poznámkovém bloku do konce týdne
- Bod je pouze za kompletně vypracovaný ÚL, bez možnosti opravy, ale se zpětnou vazbou

Úkolový list č. 1

- Zadání č. 1 „Mám promyšlený nápad“
- Zadání č. 2 „Mám nápad“
- Zadání č. 3 „Nemám nápad“

Zadání č. 1

„Mám promyšlený nápad“

- vytvořte „Elevator pitch“ Vašeho nápadu
 - identifikujte zákaznickou potřebu, kterou budete produktem/službou uspokojovat **(1)**
 - identifikujte odlišnost od konkurence **(2)**
 - popište „typického zákazníka“ **(3)**
 - popište proces zpeněžení nápadu (za co bude zákazník platit) **(4)**
- kdybyste text prezentovali, stihnete to do tří minut
- stručně, jasně, promyšleně, konkrétně

Zadání č. 2

„Mám nápad“

- vytvořte myšlenkovou mapu svého nápadu (1)
- doplňte stručný popis
 - v čem je nápad zajímavý, nový (2)
 - jakou zákaznickou potřebu by mohl uspokojit? (3)
 - v čem jsou možná úskalí nápadu? (4)
- najděte s, jak se vytvářejí myšlenkové mapy
- snažte se z nápadu udělat promyšlený nápad

Zadání č. 3

„Nemám nápad“

- zpracujte představení fungujícího podniku, který je něčím inovativní a/nebo zajímavý
 - představte produkt **(1)**
 - stručně shrňte genezi a historii podniku **(2)**
 - vysvětlete, v čem spočívá konkurenční výhoda podniku **(3)**
 - odhadněte možná úskalí a oblasti potenciální inovace podniku **(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://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

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.