

# Využití projektového přístupu při založení prodejny sportovních potřeb zaměřených na americký fotbal

Michal Polášek

---

Bakalářská práce  
2024

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta aplikované informatiky

---

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Michal Polášek
Osobní číslo:	A21374
Studijní program:	B0688A140008 Informační technologie v administrativě
Forma studia:	Prezenční
Téma práce:	Využití projektového přístupu při založení prodejny sportovních potřeb zaměřených na americký fotbal
Téma práce anglicky:	Use of a Project Approach in Starting a Sports Equipment Store Focused on American Football

## Zásady pro vypracování

1. Provedte literární rešerži na dané téma.
2. Vytvořte podnikatelský plán pro založení prodejny sportovních potřeb.
3. Aplikujte nástroje projektového řízení a popište postup založení firmy.
4. Navrhněte vhodný postup pro založení e-shopu pro potřeby prodejny.
5. Vytvořte webovou prezentaci prodejny.
6. Věnujte pozornost zabezpečení aplikace.

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

Seznam doporučené literatury:

1. HISRICH, Robert. D a PETERS, Michael P., 1996. Založení a řízení nového podniku. Praha: Victoria Publishing. ISBN 808-58-65076.
2. JANOUCH, Viktor, 2010. Internetový marketing : prosadte se na webu a sociálních sítích. Brno: Computer press. ISBN 978-80-25127-95-7.
3. PŘIBOVÁ, Marie, 1998. Analýza konkurence a trhu. Praha: Grada. ISBN 807-16-9536X.
4. SRPOVÁ, Jitka, 2011. Podnikatelský plán a strategie. Praha: Grada. ISBN 978-80-24741-03-1.
5. ŠESTÁKOVÁ, Lucie, 2010. WordPress : vlastní web bez programování. Brno: Computer press. ISBN 9788025138328.

Vedoucí bakalářské práce:

**Ing. Michal Pleva**  
Ústav automatizace a řídicí techniky

Datum zadání bakalářské práce: **20. listopadu 2023**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. května 2024**

**doc. Ing. Jiří Vojtěšek, Ph.D. v.r.**  
děkan



**Ing. Miroslav Matýsek, Ph.D. v.r.**  
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 1. prosince 2023

### **Prohlašuji, že**

- beru na vědomí, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v příruční knihovně Fakulty aplikované informatiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl jsem seznámen s tím, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### **Prohlašuji,**

- že jsem na bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor,
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně, dne 28. května 2024

Michal Polášek v.r.  
podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Tato bakalářská práce se věnuje problematice založení internetové prodejny s vybavením na americký fotbal. Teoretická část obsahuje literární rešerši a vysvětlení základních pojmů souvisejících s tímto e-shopem. V praktické části je zpracován podnikatelský plán s využitím projektového řízení, který obsahuje základní specifikace pro založení podniku. Konkrétně se jedná o analýzu trhu, marketingový plán, finanční plán, ale také o časový harmonogram nebo také SWOT analýzu. Dále je navrženo řešení vhodného postupu pro založení e-shopu zaměřeného na americký fotbal a také jednoduchá webová prezentace e-shopu. Na závěr jsou zde rozepsány možnosti zabezpečení online obchodu.

Klíčová slova: podnikatelský plán, finanční plán, návrh e-shopu, projektové řízení, marketingový plán, analýza trhu,

## **ABSTRACT**

This Bachelor thesis deals with the issue of establishing an online store with equipment for American football. The theoretical part contains literature research and explanations of basic terms related to this e-shop. In the practical part, a business plan is prepared using project management, which contains the basic specifications for establishing a business. Specifically, it is a market analysis, a marketing plan, a financial plan, but also a time schedule or a SWOT analysis. Furthermore, a solution for a suitable procedure for establishing an e-shop focused on American football is proposed, as well as a simple web presentation of the e-shop. Finally, the online store security options are detailed here.

Keywords: Business Plan, Financial Plan, E-shop Proposal, Project Management, Marketing Plan, Market Analysis,

Rád bych poděkoval vedoucímu mé práce panu Ing. Michalu Plevovi, za jeho cenný čas a odborné vedení, které mi pomohlo k vypracování bakalářské práce.

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>8</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>9</b>
<b>1 ZÁKLADNÍ POJMY .....</b>	<b>10</b>
1.1 AMERICKÝ FOTBAL .....	10
1.2 PRÁVNÍ FORMA PODNIKÁNÍ .....	10
1.3 PROJEKT .....	11
1.4 PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ .....	11
1.5 DOPRAVA Z USA .....	12
<b>2 PODNIKATELSKÝ PLÁN .....</b>	<b>13</b>
2.1 ZÁKLADNÍ INFORMACE O PODNIKATELSKÉM PLÁNU .....	13
2.1.1 Účel .....	13
2.1.2 Informace o projektu .....	13
2.2 POPIS PODNIKU .....	14
2.3 ANALÝZA TRHU.....	15
2.4 MARKETINGOVÝ PLÁN .....	15
2.4.1 Distribuční kanály .....	16
2.4.2 Produktový mix .....	17
2.5 FINANČNÍ PLÁN .....	17
2.6 TROJIMPERATIV PROJEKTU .....	18
2.7 SWOT ANALÝZA .....	18
2.7.1 Silné a slabé stránky .....	19
2.7.2 Příležitosti a hrozby.....	19
2.8 RIZIKA.....	20
2.8.1 Analýza rizik .....	20
2.8.2 Ohodnocení rizika .....	20
2.9 ČASOVÝ HARMONOGRAM.....	21
2.10 LOGICKÝ RÁMEC .....	22
2.11 PŘÍLOHY.....	22
<b>3 NÁVRH E-SHOPU.....</b>	<b>23</b>
3.1 DOMÉNA .....	23
3.2 WEBHOSITNG .....	23
3.3 ZABEZPEČENÍ .....	24
3.3.1 Obvyklé typy útoků.....	24
3.3.2 Další způsoby ochrany před útoky .....	26
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>27</b>
<b>4 PODNIKATELSKÝ PLÁN PODNIKU .....</b>	<b>28</b>
4.1 ZÁKLADNÍ INFORMACE O PODNIKATELSKÉM PLÁNU .....	28
4.1.1 Účel .....	28
4.1.2 Informace o projektu .....	28

4.2	POPIS PODNIKU .....	29
4.3	PRÁVNÍ RÁMEC.....	29
4.4	PRODUKT .....	29
4.5	ANALÝZA TRHU.....	29
4.5.1	Zákazník .....	30
4.5.2	Dodavatelé.....	30
4.5.3	Konkurence .....	31
4.6	MARKETINGOVÝ PLÁN .....	33
4.6.1	Marketingový mix .....	33
4.6.1.1	Produkt.....	33
4.6.1.2	Cena .....	33
4.6.1.3	Distribuce.....	34
4.6.1.4	Propagace.....	35
4.7	FINANČNÍ PLÁN .....	36
4.7.1	Kalkulace produktů .....	36
4.7.2	Plán nákladů a výnosu.....	36
4.7.3	Cash flow .....	39
4.8	TROJIMPERATIV PROJEKTU .....	40
4.9	SWOT ANALÝZA.....	41
4.10	RIZIKA.....	43
4.10.1	Analýza rizik .....	43
4.11	ČASOVÝ HARMONOGRAM.....	45
4.12	LOGICKÝ RÁMEC .....	46
<b>5</b>	<b>NÁVRH E-SHOPU.....</b>	<b>47</b>
5.1	REGISTRACE DOMÉNY A WEBHOSTINGU .....	47
5.2	WORDPRESS .....	47
5.2.1	Výběr šablony a základní úpravy .....	47
5.2.2	Úpravy šablony .....	48
5.2.3	Obchod .....	48
5.2.4	Produkty .....	49
5.2.5	Správa objednávek .....	50
5.2.6	Platba a doprava .....	50
5.2.7	Ochrana osobních údajů a zveřejňování údajů firmy.....	51
5.2.8	Webová prezentace a kontakt.....	51
	<b>ZABEZPEČENÍ APLIKACE.....</b>	<b>53</b>
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>54</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>56</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>59</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>60</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>61</b>
	<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>62</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>63</b>



## ÚVOD

V rámci této bakalářské práce jsou zpracovány jednotlivé kroky, které jsou potřeba k založení e-shopu. Konkrétně tedy e-shopu, zaměřený na sortiment související s americkým fotbalem. Americký fotbal představuje nejen zdroj zábavy a rekreace, ale také oblast obchodu a s ní souvisejí výdělků. V poslední době americký fotbal přitahuje fanoušky, a to nejen ve Spojených státech amerických, ale také v Evropě.

Práce je rozdělena na dvě části. Teoretickou a praktickou. V teoretické části je zpracována literární rešerše k definování základních vědomostí týkající se e-shopu. Jsou zde definovány základní pojmy související s tímto tématem. Jsou to: americký fotbal, právní forma podnikání, projekt, projektové řízení a doprava zboží z USA. Poté následuje popis podnikatelského plánu, na úrovni teorie. Poslední část poté tvoří tvorba e-shopu a zabezpečení. Také pouze na úrovni teorie. Následuje část praktická, kde je všechno popsáno tak, jak je to zamýšleno v našem případě.

Jako první krok bylo potřeba definovat základní charakteristiku e-shopu, na který poté naváže veškeré analýzy, plány a metody. Z těchto podkladů následně vznikne webová prezentace a e-shop. Vzhledem k poměrně malé fanouškovské a členské základně je potřeba dobře promyslet, na co a na koho budeme cílit. Proto je podrobně zpracována analýza trhu, která popisuje všechny možnosti, na koho a proč zaměřit pozornost.

Dále se práce zaměřuje na marketingový plán. Tato část podnikatelského plánu obsahuje detailně uvedené informace týkající se marketingu, reklamy a marketingové strategie e-shopu. Kromě toho je zde také rozebrána cena produktů, distribuční cesta a produkt jako takový. Poté navazuje finanční plán. Ten je kalkulován ve dvou variantách: optimistické a pesimistické. Rozdíl mezi těmito dvěma verzemi spočívá v odhadu množství prodaných výrobků. Dále je zde také popsáno cashflow obou verzí.

Následuje trojimperativ projektu, kde vždy porovnávám dva ze tří vrcholů. Poté jsem se zaměřil na SWOT analýzu. Zde jsem popsal všechny silné a slabé stránky, ale také příležitosti a rizika. Poté následuje popis všech rizik, které nám jako e-shopu hrozí. Poslední dva body obsažené v podnikatelském plánu tvoří časový harmonogram a logický rámec celého projektu. Následně je uveden postup tvorby e-shopu a webové prezentace krok za krokem.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 ZÁKLADNÍ POJMY

### 1.1 Americký fotbal

Jedná se o týmový sport, který je nejvíce rozšířen v USA a v Kanadě. Stojí v něm proti sobě vždy 2 týmy o 11 hráčích na hřišti. Na rozdíl od klasického fotbalu nebo rugby je zde tzv. hokejové střídání. To znamená, že hráči mohou střídat libovolně v přerušené hře. Americký fotbal je často zaměňován právě s rugby, pravděpodobně kvůli tvaru míče, který je velmi podobný. Americký fotbal je asi jediným týmovým sportem, kde se střídání na hřišti celé „jedenáctky“. V americkém fotbalu je na hřišti buď útok (offense) nebo obrana (defense). V případě odkopávání nebo přijímání míče jsou na hřišti tzv. Special Teams.

Úkolem útočícího týmu je dostat míč buď vzduchem nebo po zemi do koncové zóny hřiště tzv. Endzone. Tým, který je na míči, má vždycky 4 pokusy na to, aby překonal deseti yardovou hranici. Když se to nepodaří, ujímá se míče soupeř. Na rozdíl od rugby je možné přihrát také dopředu. Většinou pomocí přihrávky vzduchem na svého spoluhráče. Druhá možnost zapsat na score board (výsledkovou tabuli) je pomocí běhové hry. Míč dostane hráč, označovaný jako running back, který se s ním snaží se doběhnout co nejdál.[20]

Tento sport je pro Američany je téměř jako náboženství. Už odmala ho tam hrají skoro všechny děti. Kromě slavné profesionální NFL je velmi populární Univerzitní fotbal. Na ten chodí v některých případech dokonce víc diváků než na NFL. Zde hráči nejsou sice placeni, ale díky sponzorským smlouvám jsou schopni vydělat poměrně velké peníze. Po skončení jejich univerzitní kariéry ti nejlepší z nejlepších projdou tzv. draftem, kde si je mohou vybrat týmy z NFL. Pro ukázkou, jak je zde velké síto hráčů, se podle odborníků 1 % hráčů ze středních škol dostane do té nejlepší divize univerzitního fotbalu. Hráči, kteří poté nejsou vybráni do NFL, se většinou dávají na dráhu atleta a jsou často schopni se dostat i na olympiádu.

### 1.2 Právní forma podnikání

Před začátkem podnikatelské činnosti je potřeba se rozhodnout, zda budeme podnikat jako právnická nebo fyzická osoba. V případě **právnické osoby** je potřebné rozhodnout, jaký druh podniku zvolíme. Vybrat je možno z těchto variant:

- společnost s ručením omezeným,
- veřejná obchodní společnost,
- komanditní společnost,

- akciová společnost,

Každý z těchto druhů má své pozitivní a negativní stránky. Základním krokem pro vznik právnické osoby je zápis do obchodního rejstříku. Právnická osoba musí také vést podvojný účetnictví. Je potřebné také sepsat zakladatelskou listinu, ve které se nachází všechny důležité aspekty podniku (název společnosti, vlastníci, základní kapitál, předmět podnikání, ...).

U **fyzické osoby** je založení podniku poněkud snazší. Zřízení živnosti stojí tisíc korun českých a trvá zpravidla do 15 dnů. OSVČ nemusí vést podvojný účetnictví. U některých druhů živností může být vyžadována tzv. koncese. Jedná se druh potvrzení, které je potřeba při některých podnikatelských činnostech. Například pro prodej pohonných hmot se musí předložit koncesi, že máte odbornost a způsobilost v daném oboru podnikání. [23]

### 1.3 Projekt

Jedná se o výsledek materiální či nemateriální povahy, který je založen na strategickém plánu, navržen, organizován následně realizován pro užitek vlastníka nebo zadavatele. Základní charakteristiky projektu jsou:

- výsledek musí sloužit celou dobu, na kterou je vypracován,
- úspěch před startem projektu není zřejmý,
- projekt musí být časově omezen,
- projekt má pouze jeden výsledek,
- zdroje projektu jsou limitovány,

V jednoduchosti by se dalo říct, že projekt je časově ohraničený soubor činností, který má za cíl dosažení stanoveného cíle v přesně stanoveném čase s určitými zdroji, náklady a v určité kvalitě.

### 1.4 Projektové řízení

Jde o druh procesu, ve kterém si naplánujeme jednotlivé kroky celého projektu. Cílem projektového řízení je úspěšná realizace celého projektu. Je potřeba klást některé důležité otázky, odpověď na něž umožní zrealizovat projekt tak, aby vše fungovalo na sto procent.[21]

Nástroje, použité v projektovém řízení jsou podrobně rozepsány v kapitole zaměřené na podnikatelský plán.

- Čeho chceme dosáhnout a proč?
- Co je účelem našeho projektu?
- Jaké techniky metody řízení bude u našeho projektu používat?
- Jak si časově rozvrhneme jednotlivé úlohy a úkony?
- Jaký budeme mít rozpočet?
- Jaké jsou rizika projektu?
- Jak budeme projekt propagovat?

## 1.5 Doprava z USA

Tím, že americký fotbal nemá v Evropě tak velkou základnu, je potřeba spoustu věcí dovážet právě z USA. Při objednávce například rukavic ze Spojených států a při ceně do 150 dolarů včetně poštovného a DPH, je zboží osvobozeno od celního poplatku. Přesto je potřebné uhradit 21 % DPH. V tomto případě prakticky se stírá rozdíl, zda zboží bylo zasláno z USA nebo z nějakého státu v Evropě. V některých případech je doba dodání i kratší než zboží z Evropy.

Pokud však zásilka přesáhne cenu 150 dolarů, je potřeba zaplatit také celní poplatek. V našem případě se jedná o dovozní clo, které se uvalí na dovezené zboží. Nejjednodušší způsob, jak si ušetřit starosti s celním prohlášením, je poskytnout dopravci všechny potřebné údaje a také plnou moc, že vás může v této věci zastupovat. Poté mu už jen k částce za zboží zaplatíte také částku za DPH a clo případně částku za zprostředkování.

Pokud si ovšem chceme podat celní prohlášení sami a tím pádem i zaplatit clo, poslouží nám k tomu formulář na stránkách celní správy České republiky. Po kliknutí na odkaz: „<https://www.celnisprava.cz/cz/aplikace/Stranky/taric-cz.aspx>“ prohlížeč přeměruje uživatele na stránku, kde se jednoduše vypočítá částka cla. Konkrétní ukázka se uvedena v teoretické části v podkapitole o produktovém mixu.

Některé zboží je od dovozního cla osvobozeno jako například: biologické, chemické, farmaceutické nebo lékařské výrobky, ale to se netýká této bakalářské práce. [29,30,31]

## 2 PODNIKATELSKÝ PLÁN

V této části je ukázáno, jak by měl vypadat a co by měl obsahovat Podnikatelský plán podniku. Tento plán je inspirován literaturou „Podnikatelský plán a strategie“. Jednotlivé části byly použity jako inspirace tohoto podnikatelské plánu a plánu, který je uveden v praktické části [1]

### 2.1 Základní informace o podnikatelském plánu

#### 2.1.1 Účel

Účelem podnikatelského plánu je připravit jasný, stručný a přesný materiál, popisující všechny důležité vnitřní a vnější faktory, ovlivňují založení podniku. Můžeme si ho představit jako nějaký návod či manuál ke hře. Hra je v našem případě podnikatelská činnost. Podnikatelský plán by měl zpracovat každý, kdo chce začít podnikat. Může si ho zpracovat každý podnikatel osobně, ale je doporučeno si nechat poradit od expertů jednotlivých oborů. Před začátkem podnikání je potřeba mít na paměti, že je potřeba nejprve promyslet všechna pro a proti, až poté zahájit danou podnikatelskou činnost. Je potřeba důkladně promyslet, zda jsem schopný vést sám plnohodnotný podnik, nebo si nechám pomoci a poradit. Například: Jako vyučený automechanik bych chtěl otevřít obchod se sportovními potřebami. Ano, je možné začít, ale bude to pro člověka, který je vyučen úplně v něčem jiném, velmi těžký úkol. [3]

#### 2.1.2 Informace o projektu

V této části by měly být shrnuty veškeré důležité informace vztahující se k danému projektu. Jedná se především o podnikatelský záměr, tedy co, jak a proč chci vyrábět nebo prodávat? Dále pak faktor, díky kterému mám šanci uspět na trhu. Jako poslední by zde měly být uvedeny taky nějaké nejlépe pozitivní, ale stále reálné cíle. Například: Do 10 let chceme prorazit na americký trh. [2]

## 2.2 Popis podniku

Jedná se o část podnikatelského plánu, ve které je by měl být podrobně popsán nový podnik, který bude založen. Úkol této části je prostý. Poskytnut investorovi představu o druhu podnikání a o velikosti kterou se bude podnik zabývat [3]

### Právní rámec

Investora vždy bude zajímat hierarchie podniku. Proto je potřeba ho do podnikatelského plánu napsat. Určitě by zde mělo být i napsáno rozdělení pravomocí a úkolů, které budou plnit jednotliví členové vedení společnosti. Dále je potřeba napsat a odůvodnit, proč jsme zvolili daný právní rámec. S prvním rámcem také souvisí vstupní kapitál a ručení. V kapitálu by mělo být podrobně rozepsáno kolik finančních prostředků budeme na začátku potřebovat.

### Produkt

To by mělo být to „know how“ to, proč vlastně chceme podnikat. Je potřeba zde podrobně rozepsat vše, co se týká našeho produktu. Měli bychom si zde také odpovědět na několik otázek.

- Čím se liší náš produkt od konkurence?
- Bude na trhu žádaný?
- Kdo je zákazník?

Tyto otázky by měly pomoci k tomu, že budeme tušit, co můžeme od vstupu na trh očekávat. Zda naše novina bude na trhu tzv. horkým zbožím, nebo to bude lidově řečeno“ propadák“. Samozřejmě zde taky bude vypsán náš kompletní sortiment jako celek. Může se stát, že se podnik nebude soustředit pouze na jeden produkt, ale bude mít celé portfolio svých výrobků.

## 2.3 Analýza trhu

Pokud mluvíme o analýze trhu, jedná se o podstatnou součást podnikatelského plánu. Tato analýza nám pomůže se zaměřením našeho projektu, pomůže s výrobním programem. Před zahájením podnikatelské činnosti je potřebné realizovat analýzu trhu, na který právě vstupujeme. Dále je potřeba vypracovat marketingovou studii. V první řadě by se měla hledat podstatná informace mezi sekundárními indikátory. To jsou informace, které už jsou k dispozici. Nemusí se kvůli nim vytvářet nový výzkum. U sekundárních zdrojů by měly být tyto informace ověřeny minimálně ze dvou zdrojů. Když mluvíme o sekundárních údajích, jde buď o údaje **interní** nebo **externí**. Interní jsou ty, které jsou již shromážděny v podniku za jiným účelem. Tato data jsou dostupná pouze v naší firmě a subjekt zvenčí k nim nemá přístup. Externími zdroji naopak rozumíme informace, které byly získány z vnějšího prostředí. Jedná se například o postoje obyvatelstva k reklamě, zvyklosti při nakupování aj.

Nejčastějšími marketingovými studiemi, kde používáme sekundární zdroje jsou:

- analýza trhu,
- analýza silných a slabých stránek podniku,
- analýza konkurenční pozice,
- odhad tržního potenciálu,
- analýza reklamy a médií,

Po sekundárním výzkumu přichází na řadu výzkum primární. Jedná se o sběr údajů skutečně poprvé. Jde tedy o data, která byla vytěžena pouze pro účely této analýzy. Mezi výhody tohoto typu výkupu patří bezesporu přesnost a aktuálnost informací. Velkou nevýhodou je jeho vysoká nákladovost. Tyto náklady se někdy vyšplhají až k desetinásobku nákladů u sekundárního výzkumu. Další nevýhodou primárního výzkumu je jeho dlouhá návratnost. Někdy trvá roky, než je posbírán dostatek informací z výzkumu. [11,12,13]

## 2.4 Marketingový plán

Marketing. Tento pojem obsahuje mnoho aspektů, pod kterými je vnímán. Často je chápán jako reklama či způsob propagace. [4] Laicky řečeno se jedná o proces uspokojování potřeb zákazníka. [5]



## Marketingový mix

Slovním spojením marketingový mix popisujeme soubor nástrojů marketingu, které nám pomoci co neoptimálnějších kombinací zajistí nejlepší účinnost v dané situaci. Tvorba takového marketingového mixu spočítá v kombinaci a harmonizaci jednotlivých nástrojů marketingu.

Management podniku by proto měl být velmi důsledný a pečlivý především na to, aby se jednotlivé marketingové nástroje neuskutečňovaly izolovaně, ale aby byly vzájemně propojeny.

Marketingový mix se skládá ze čtyř důležitých P [9]

- **Product** – produkt, výrobek,
- **Price** – cena,
- **Place** – distribuční politika, distribuce,
- **Promotion** – komunikační politika, propagace,

Jelikož původní model se čtyřmi P je z roku 1960 není divu, že byl postupně rozšířen na aktuálních sedm P. K původním přibýly ještě následující tři P.

- **People** – lidé,
- **Process** – proces,
- **Physical** – fyzické důkazy, [6,7]

### 2.4.1 Distribuční kanály

Jedná se o volbu způsobu, kterým dojde k doručení zboží nebo služby od výrobce ke koncovému zákazníkovi.

V současnosti existují dva způsoby, jak dostat zboží k zákazníkovi. A to buď přímou nebo nepřímou distribuční cestou

**Přímá** – Jedná se o nejklassičtější způsob prodeje. Výrobce vyrobí zboží a prodá ho zákazníkovi. Na přímo, bez maloobchodních prodejen. Může k tomu použít své vlastní podnikové prodejny nebo také vlastní e-shop.

**Nepřímá** – V jednoduchosti by se dalo říct, že prodáváme přes obchodní síť někoho jiného. Jedná se o síť velkoobchodů a maloobchodů. Ty už mají vybudovanou svou obchodní síť, takže prodej přes ni je svým způsobem jednodušší.

Nevýhodou je, že odstáváte pouze jakousi provizi z nákupu, která se odvíjí podle prodaného množství zboží.[8]

### 2.4.2 Produktový mix

Tvorbou produktového mixu neboli tvorbou sortimentu produktů podniku se zabývá produktová politika podniku.

Produktová politika má za úkol optimalizovat struktury produkce dále pak inovaci jednotlivých produktů, a především tvorbu celkové produktové politiky podniku.

Produktová politika se zabývá všemi částmi produktu tedy komplexním pojetím produktu jako celku.

Při tvorbě produktového mixu se rozhoduje také například o:

- Jaké nové produkty firma bude prodávat?
- Jestli bude potřeba nějaký produkt inovovat (modernizovat)?
- Zda bude v dalším období firma prodávat tentýž sortiment?

[9]

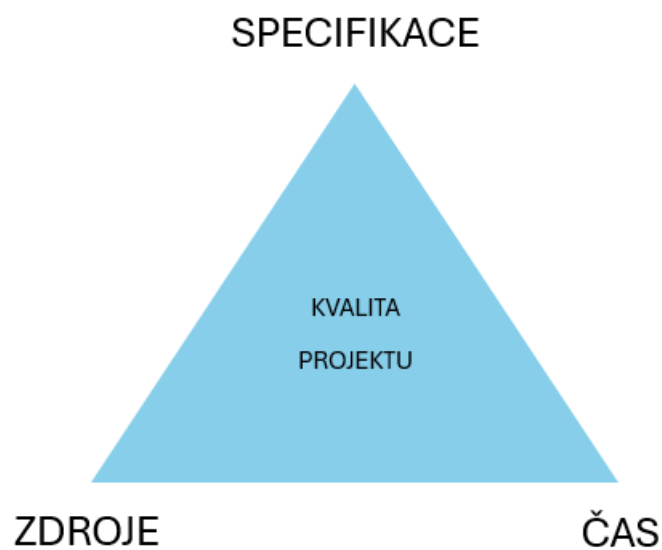
## 2.5 Finanční plán

Jednou z předpokladů sestavení finančního plánu je definice finančních cílů podniku. Tyto cíle by měly být sestaveny na základě cílů podniku a měly by vycházet z finanční analýzy podniku. Můžeme se sestavit dva druhů finančních plánů. **Krátkodobý**, tj. plány na následujících dvanáct měsíců nebo **dlouhodobý finanční plán**. V tomto plánu se zajímáme o investice, které nás čekají v horizontu několika let. [10]

Správně sestavený finanční plán se základem dobrého podnikatelského plánu. Špatně sestavený s vysokými cíli může tvořit hranici mezi úspěchem a neúspěchem v podnikání.

## 2.6 Trojimperativ projektu

Pro lepší pochopení definice „projektové řízení“ je zde vyobrazen **trojimperativ projektu**. Jedná se o trojúhelník, který má na každém svém vrcholu jeden zásadní bod. Pod pojmem **specifikace** si může představit cíle. To zboží či služba, s níž chceme prorazit na trhu. **Zdroje** si můžeme představit jako finanční krytí našich cílů a závazků, případně lidské zdroje. Třetím rozhodujícím parametrem je **čas**. Zde je potřebné odhadnout reálnou časovou náročnost projektu.



Obrázek 1: Trojimperativ projektu, tvorba vlastní

## 2.7 SWOT analýza

Jedná se o analýzu, kterou vyhodnocujeme dílčí údaje získaných situační analýzou a jinými druhy analýzy. Používáme k tomu zkratku **SWOT**.

**Strengths** – silné stránky,

**Weaknesses** – slabé stránky,

**Opportunities** – příležitosti,

**Threats** – hrozby,

SWOT analýza by se měla zabývat pouze zásadními faktory. Tedy faktory, která mají pro danou oblast rozhodování klíčový význam. SWOT analýza tedy představuje nejdůležitější silné a slabé stránky podniku vůči rizikům a příležitostem, které mohou přijít. [9]

## SWOT ANALÝZA



Obrázek 2: SWOT analýza, [34]

### 2.7.1 Silné a slabé stránky

**Silné stránky** – Patří sem výhody a něco extra, co má naše firma a čím můžeme dosáhnout svých cílů. Například: V čem vynikáme? Jaké máme zkušenosti? Co děláme líp než konkurence?

**Slabé stránky** – Zde patří právě na opak to, co v čem zaostáváme a proč bychom nemohli dosáhnout cílů. Ku příkladu: Jaké zdroje nám schází? V čem se musíme ještě zlepšit? Co nám v podnikání nepřináší zisk? [14]

### 2.7.2 Příležitosti a hrozby

**Příležitosti** – Zde napíšeme to, v čem vidíme, že bychom mohli uspět a prorazit na trhu. Můžeme si položit následující otázky, které nám pomohou tento faktor zhodnotit:

- Co můžeme zlepšit pro naše klienty?
- Jaké klienty můžeme ještě oslovit, popřípadě jak?

- Co bychom mohli přidat do naší nabídky?

**Hrozby** – Do hrozeb zahrneme to, co nás může připravit o naše cíle a sny. Patří sem také podmínky, které by mohli uškodit naší firmě. [14]

Jedná se například o:

- V čem je lepší naše konkurence?
- Jaké má naše firma problémy?

## 2.8 Rizika

Co je to vlastně riziko? Možnost, že s nějakou pravděpodobností vznikne situace, která považujeme z bezpečnostního rizika našeho podniku za nežádoucí. Riziko se vždy stahuje na nějakou určitou hrozbu. Míru toho rizika je možné si posoudit díky tzv. analýze rizik, která se nachází níže. [15]

### 2.8.1 Analýza rizik

Jedná se o proces, při kterém se snažíme pochopit a vyřešit nastalý problém. Tento problém chceme pochopit a popsat ho.

Rizika dělíme do dvou základních kategorií.

**Předvídatelná rizika** – podle předchozích zkušeností můžeme odhadnout pravděpodobnost a míru jejich dopadu, případně jejich následky.

**Nepředvídatelná rizika** – jedná se o rizika, s kterými nemáme doposud žádné zkušenosti a tím pádem nemůžeme odhadnout pravděpodobnost jejich vzniku a míru dopadu. Analýza rizik se tvoří pouze z rizik předvídatelných. Tyto rizika jsou zde tedy pouze zmíněna pro obecný přehled.

### 2.8.2 Ohodnocení rizika

Hodnocení rizika může být **kvalitativní** nebo **kvantifikované**. Kvalitativní hodnocení znamená, že riziko je hodnoceno slovním výrazem. Naopak kvantifikované hodnocení je znázorněno pomocí číselného vyjádření.

Vyskytnutí daného problému vyjadřujeme v procentech. Nejlépe na stupnici od nuly do sta procent. Dále můžeme určit jaký dopad bude mít riziko na naši činnost. K tomu nám slouží stupnice od jedné do deseti. Největší riziko budeme mít nejvyšší rizikový dopad. Důležitým ukazatelem je také míra důležitosti. Ta je odvozena pomocí součinu míry pravděpodobnosti a míry dopadu rizika.[24]

Riziko	pr (%)	pp (1-10, 1= nejmenší)
A	50%	5
B	20%	3
C	30%	5
D	5%	10
E	10%	3
F	34%	4
G	70%	1
H	90%	7

Tabulka 1: Hodnocení rizik, tvorba vlastní

## 2.9 Časový harmonogram

Jedná se o část projektu, kde je jasně znázorněno časové rozložení jednotlivých kroků. Z něj lze přehledně vyčíst, jak a jaké časové fázi realizace budou jednotlivé části projektu na sebe navazovat. Takový časový harmonogram bývá nejčastěji vyjádřen formou **Ganttova diagramu**. Když budeme chtít optimalizovat náš časový harmonogram, můžeme využít jaké různé metody síťové analýzy. [16]

činnost	Leden				Únor				Březen				Duben			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aktivita1	■	■														
Aktivita2		■	■	■												
Aktivita3				■	■	■										
Aktivita4						■	■									
Aktivita5							■	■	■	■						
Aktivita6								■	■	■	■					
Aktivita7										■	■	■				
Aktivita8												■	■	■		
Aktivita9													■	■		
Aktivita10														■	■	■

Tabulka 2: Časový diagram, tvorba vlastní

## 2.10 Logický rámec

Tento velmi důležitý myšlenkový nástroj slouží k podání co nejlepší skutečnosti o projektu a popisuje jeho strategii. Skládá se z charakteristiky projektu, jeho klíčových předpokladů a významných metrik.

Dále je nezbytný ke sjednocení názorů všech členů projekčního týmu a zabraňuje tomu, aby členové těchto týmů měli jiné pohledy na danou věc. Díky tomu nedochází ke zbytečným nedorozuměním.[17]

Každý logický rámec obsahuje tři základní úrovně

**Výstupy** – produkty, které jsme zavázáni dodat vlastníkovvi projektu; tyto produkty jsou brány jako výsledek projekčního týmu, kteří jsou za ně zodpovědní

**Přínosy** – Jaký byl hlavní důvod realizace projektu? Za soulad s pravděpodobnými přínosy zodpovídá vlastník projektu.

**Cíle** – důvod proč vlastně produkuje výstupy; za výsledek zodpovídá manažer projektu [18]

Přínosy	Ověřitelné ukazatele	Zdroje informace k ověření	Předpoklady
Cíle			
Výstupy			
Klíčové činnosti	Zdroje	Harmonogram	

Tabulka 3: Logický rámec, tvorba vlastní

## 2.11 Přílohy

V oddíle přílohy se nachází všechny dokumenty, které sice souvisí s podnikatelským plánem, ale jsou příliš detailní či obsáhlé, než aby byly uvedeny v textu podnikatelského plánu. Jedná se například o údaje o zaměstnancích, účetní údaje, finanční výkazy, výrobní postupy aj. [19]

### 3 NÁVRH E-SHOPU

E-shop bude vytvořen pomocí WordPressu. Jedná se o poměrně jednoduchý program, který s vysokou uživatelskou přívětivostí umožňuje vytvořit svůj vlastní e-shop či webovou stránku.

WordPress obsahuje vlastní rozhraní, ve kterém lze kdykoliv upravit vlastní stránku dle vlastních představ. Jednoduše zde lze vytvořit jak blogový server či webovou stránku, tak také vlastní e-shop. WordPress je napsán v jazyce PHP a pro ukládání dat používá databázi MySQL. Součástí e-shopu musí být také reklama. Vhodně přidaná reklama je začátek úspěchu webové stránky. Taková reklama by měla být umístěna především na vstupní stránce. Na stránce, kterou návštěvník vidí jako první, když se se mu zobrazí webové stránky. Vstupní stránka bude upořádána tak, aby zákazníka přinutila udělat nějakou akci. Například koupit si zboží nebo se podívat na nějaké konkrétní zboží. Když se rozhodneme pro produktovou stránku, tedy stránku, kde bude nějaké reklamní sdělení, neměli bychom zákazníka přehltnout množstvím textu o produktu. Taková stránka může pak zákazníka lehce odradit. [26,32]

#### 3.1 Doména

Doména neboli název webu je důležitý krok před spuštěním webové prezentace. Při tvorbě domény je potřeba klást velký důraz na klíčové slova a název značky. Když mluvíme o klíčovém slově myslím slovo, o kterém se domníváme, že ho budou naši zákazníci často používat k vyhledávání. Dobře zvolené klíčové slovo nám může umožnit větší návštěvnost webové stránky.

Je potřeba si také ověřit, zda je námi zvolená doména volná. Může k tomu použít například stránku <http://www.domeny.cz>. V České republice nemusíme použít pouze doménu končící koncovkou cz. Může použít také domény s koncovkou například .net, .org, .eu, aj. [26]

#### 3.2 Webhosting

Webhosting je služba poskytovatele webového prostoru k umístění webových stránek. NA tyto stránky jsou pak směřovány odkazy prostřednictvím name serverů. Tyto služby jsou placené, ale někteří poskytovatelé za určitých podmínek poskytují tento prostor zdarma, hrazený nějakou formou jejich vlastní reklamy či reklamy jejich zákazníků.



U placené verze je poskytován webový prostor bez reklam, navíc často s doplňkovými službami jako je monitoring provozu, analytika dat o uživateli, péče o bezpečnost a podobně. Podmínkou pro úspěšný a snadno zapamatovatelný či vypovídající název, který umožní návštěvníkům web nalézt a opakovaně se vracet je také důležitá vlastní doména. V některých případech je možné ji získat zdarma v rámci akce, ale tato skutečnost je spíše vzácná než častá. [26]

### **3.3 Zabezpečení**

Bezpečnost e-shopu či webové stránky je jedním z nejdůležitějších úkolů, který musíme při vytváření prezentace podniku zajistit. V dnešní době je riziko nejen ztráty dat nebo nedostupnosti stránek, ale i rafinovanějších útoků, podvrhů a útoků na veškerá data a informace velmi vysoká. Proto je potřeba bezpečnosti věnovat velkou pozornost.

#### **3.3.1 Obvyklé typy útoků**

Existuje celá řada útoků, kterým může být e-shop vystaven. Bohužel, nelze si bez adekvátního zabezpečení představit, že je zřizovatel e-shopu bez rizika. V současnosti jsou na internetu činné skupiny, které využívají nejen klasické metody hackingu, ale také roboty a automatizované skripty k napadení.

#### **Skriptování mezi doménami**

Jedná se o metodu, kdy se podvodník snaží obejít tzv. mezi doménové omezení. Jeho útok je směřován na vstupy webu – nejčastěji na část vyhledávacího pole a snaží se poškození nebo zničení naší stránky. Může se také pokusit pomocí naší stránky aplikovat phishing. Jednou z nejjednodušších možností, jak se tomu druhu útoku vyvarovat je kontrola a detekce možné útočné konstrukce kódu. [27]

#### **Injektování SQL dotazu**

Při tomto útoku je cíleno na data o zákaznících a objednávkách. Útočník se snaží vsunout část SQL dotazu do již existujících dotazů. Útoky mohou být směřovány na všechny databáze SQL a jeho mutace. Tento typ útoku může způsobit prakticky likvidaci vašeho systému dat o zákaznících a objednávkách.

Jednou z možností ochrany před tímto typem útoku je zabezpečení součástí http. Dále můžeme nastavit práva webové aplikace tak, aby měla co nejmenší přístup k SQL. [27]

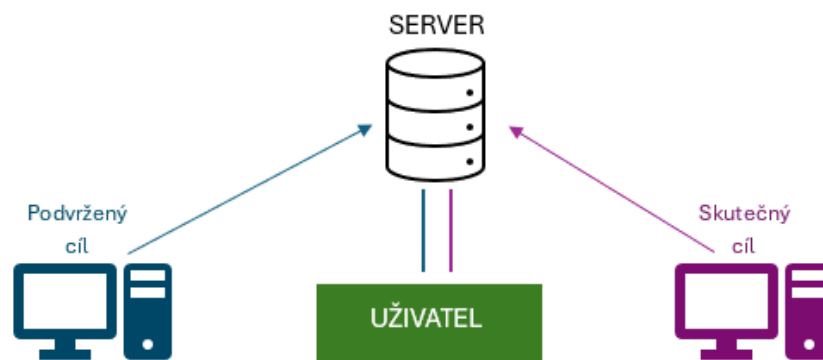
## Útok hrubou silou

Typ útoku, kdy se snaží podvodník přijít na kombinaci vašeho přihlašovacího jména a hesla. Snaží se je prolomit pomocí kombinací možných znaků a symbolů. Největší škody hrozí při útoku na účet administrátora e-shopu. Z toho důvodu je potřeba mít silná hesla.

Silné heslo je takové heslo, které se skládá z velkých a malých písmen, obsahuje číslici a speciální znak. Můžeme přidat také dvoufázové ověření. Tzn. že po zadání hesla musíme ještě potvrdit přihlášení v našem mobilním zařízení, kam nám přijde email nebo SMS s kódem. Samozřejmostí je také změna hesla po určité době. Dále je také vhodné mít více hesel a nepoužívat stále jedno, a to samé heslo. Pro bezpečnost například pro přihlašování na e-shopu je vhodné nastavit počet pokusů o přihlášení v určité době. To nám může pomoci od pokusů o prolomení hesla hrubou silou.

## Session hijacking (útok na sezení)

Útočník se snaží sesadit spojení administrátor – zákazník. Jeho cílem je přerušit spojení k e-shopu například při nákupu. [27]



Obrázek 3: Nákres Session hijacking; tvorba vlastní

Jednou z možností, jak riziko tohoto útoku eliminovat, je ověřit údaje pouze přes šifrovaná spojení. Pomocí zašifrování dat na trase server – prohlížeč, můžeme eliminovat riziko napadení serveru. Riziko je sice menší, ale i tak se může stát, že náš server s citlivými daty někdo napadne. Obecně vzato, hodně záleží na tom, jaký hosting si vyberete. Je logické, že při placené verzi hostingu bude pravděpodobně zabezpečení větší než u bezplatné verze. [28]

### 3.3.2 Další způsoby ochrany před útoky

#### Dodržování GDPR

**GDPR** – V současnosti asi nejznámější nařízení, které má za cíl ochránit osobní údaje uživatelů, zejména fyzických osob. Podle tohoto nařízení musí každý provozovatel zabezpečit svoji internetovou stránku tak, aby zajistil bezpečí zákaznických dat. V jednoduchosti musí zajistit to, aby se osobní údaje nedostaly do nepovolených rukou. V minulosti měl s podobnými úniky dat problém například Facebook nebo sociální platforma X (dříve Twitter).

#### Zálohování dat

V první řadě je potřeba mít všechny důležitá data zálohována. Tím eliminujeme riziko, že se nám data ztratí, budou odcizeny nebo zničeny. U nejdůležitějších souborů můžeme mít klidně tři kopie dat. Mezi nejpoužívanější zálohy patří ty, které ukládáme na **pevný disk**. Může se jednat buď o SSD disk nebo HDD disk. Jedná se o způsob, kdy data uložíme na disk, který je však mimo náš počítač. Tento disk pak dobře zabezpečíme a uschováme, aby nedošlo k poškození nebo odcizení.

Další možností zálohování je na **cloudové uložení**. Jedná se o způsob, kdy data jsou ukládána na uložení některého z poskytovatelů (Google drive, Dropbox, One Drive, ...). K těmto datům se poté můžete dostat z jakéhokoliv zařízení připojeného k internetu. Pokud se jedná o velmi citlivá data, je potřeba mít nastaveno velmi silné heslo, aby nedošlo k prolomení hesla a odcizení dat z uložení. Dnes většina poskytovatelů nabízí také dvoufázovou autentizaci, jak je známa například z prostředí bankovníctví.

Data můžeme zálohovat také na **NAS**. Jedná se také o síťové uložení, které obsahuje více disků. Jsou velmi podobné síťovému disku, ale bezpečnější, protože data zapisují na více disků zároveň. K datům se poté můžeme dostat jak z místní sítě, tak zvenčí.

Posledním způsobem zálohování je záloha na **magnetickou pásku**. Výhodou je, že má velkou kapacitu. Hodí se tedy i pro velké firmy, které zálohují velké množství dat. Nevýhodou jsou poměrně vysoké pořizovací náklady. [22]

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 PODNIKATELSKÝ PLÁN PODNIKU

### 4.1 Základní informace o podnikatelském plánu

Název e-shopu: **AFshop**

Webová stránka: <http://afshop.space>

Majitel: Michal Polášek

Právní forma: společnost s ručením omezeným

Sídlo: Husova 523, Zlín – Malenovice, 76302

Kontaktní údaje: tel.665 445 455, mail: [info@afshop.cz](mailto:info@afshop.cz)

Logo:



Obrázek 4: Logo,  
tvorba vlastní

#### 4.1.1 Účel

Účelem tohoto podnikatelského plánu je připravit jasný, stručný a přesný přehled situace na trhu v oboru zaměřeném na specializovaný prodej pomůcek pro Americký fotbal. Jedná se o sport, který má u nás poměrně malou základnu. Proto je potřeba pečlivě promyslet vše pro a proti.

#### 4.1.2 Informace o projektu

Společnost **AFshop** se sídlem Husova 523, 763 02 Zlín, má za cíl prorazit na trhu s prodejem sportovních pomůcek pro americký fotbal. Docílí toho tak, že většinu svého sortimentu bude prodávat prostřednictvím svého internetového obchodu, který bude dostupný nejen na území České republiky. E-shop bude cílen jak na začínající hráče, tak hráče pokročilé a bude nabízet jak už použité sportovní potřeby, tak ty zcela nové. Obchod je připraven odbavit až 50 objednávek denně. Samozřejmě tato hranice poněkud nadsazená, ale není zcela nereálná.

## 4.2 Popis podniku

Společnost **AFshop** plánuje fungovat od května 2024. Hlavním iniciátorem a zakladatelem je Michal Polášek.

## 4.3 Právní rámec

Tento e-shop vznikl jako společnost s ručením omezeným s názvem afshop s.r.o. Společnost s ručením omezeným z toho důvodu, že se zde ručí pouze do výše vkladu a je to jedna z těch jednodušší forem podnikání. Ale souvisí s tím také povinnost vést podvojný účetnictví a být zapsán v obchodním rejstříku.

## 4.4 Produkt

Produktem společnosti bude celý sortiment, který bude prodáván a nabízen. Cílem je, aby si v tomto eshopu našel své zboží každý hráč nebo příznivce amerického fotbalu. Proto budeme nabízet specializovaný sortiment zboží, ale v dostatečně širokou škálu variant produktů. V praxi to znamená, že nabídka nebude celý sortiment jednotlivé značky, ale pouze zboží s vazbou na americký fotbal. Portfolio bude rozšířeno díky odběru zboží více značek. Snahou bude nabízet i produkty místních výrobců, ovšem v České republice je jen několik malých firem, které se alespoň zčásti zabývají výrobou sortimentu pro americký fotbal.

Sortiment, který poslouží pro rozjezd eshopu, se skládá z čtyř skupin produktů. Jedná se o rukavice, kopačky, doplňky a fanouškovské předměty. Chceme nabízet také chrániče ramen a helmy. Tyto položky mají ale poměrně vysokou pořizovací cenu. Proto budou k dostání pouze na objednávku s úhradou zálohy. Z důvodu přímého dovozu převážně z USA bude doba dodání těchto předmětů zpravidla 2-4 týdny. Všechny produkty jsou interně rozděleny do dvou skupin: Evropské a Mimoevropské produkty. Do mimoevropských produktů patří převážně ty z USA. Jejich hlavní nevýhodou je doba dodání, ale především dovozní clo. Proto tyto produkty budou poněkud dražší. U evropských produktů je doba dodání do dvou týdnů.

## 4.5 Analýza trhu

V této části jsou podrobně popsány všechny důležité aspekty související s analýzou trhu a subjekty na trhu. E-shop má poměrně velkou šanci uspět, když se vyvarujeme chyb a zvládneme vstup na trh.

### 4.5.1 Zákazník

Nejprve si definujeme, kdo je vlastně cílovou skupinou. Eshop cílí na všechny hráče, trenéry a fanoušky fotbalu. Není potřeba zaměřeni na ještě užší skupinu, a to z toho důvodu, že v České republice, potažmo na Slovensku, je základna příznivců tohoto sportu v porovnání například s klasickým fotbalem, malá. Aktuálně je v Česku registrovaných 4628 hráčů (Výroční zpráva ČAAF 2023). Kromě toho se u nás nachází odhadem dvojnásobek fanoušků, kteří pravidelně sledují českou nebo zámořskou soutěž.

První cílovou skupinou jsou tedy aktivní hráči. Těmto hráčům chceme nabídnout místo, kde bude k dostání všechno, co pro svůj koníček potřebují. Sortiment pro tuto skupinu bude tvořit sortiment rukavic, stylových doplňků a především kopaček. Na vyžádání bude možné taky dodat chrániče ramen nebo helmy. Tyto produkty ovšem nebudou součástí standartního e-shopu tudíž nebudou ve stálé nabídce. Je to z toho důvodu, že tyto komponenty jsou od ostatních nabízených výrazně dražší a nejedná se o spotřební zboží jak třeba rukavice nebo kopačky. Náš e-shop nemůže konkurovat škálou svého sortimentu těm největším evropským e-shopům, ale snažíme se upřednostnit rychlost doručení před kvantitou sortimentu.

Druhou skupinou budou fanoušci a příznivci tohoto sportu. Těm chceme nabídnout širokou škálu fanouškovských předmětů včetně podepsaných předmětů od českých i zahraničních hráčů. Fanouškovská základna je ve střední Evropě výrazně větší než ta hráčská. Svědčí o tom i enormní zájem o lístky na NFL, které se v minulých letech uskutečnilo v Mnichově a ve Frankfurtu. Opět na vyžádání jsme schopni sehnat prakticky cokoliv, co si zákazník bude přát. Základním sortimentem pro tuto skupinu budou dresy týmů působících v NFL a poté takové předměty jako jsou čepice, kšiltovky a drobné upomínkové předměty. Významnou skupinou, sice nepočetnou, ale zvyklou nakupovat toto zboží, by mohli být cizinci, především Američané, žijící trvale v Evropě.

### 4.5.2 Dodavatelé

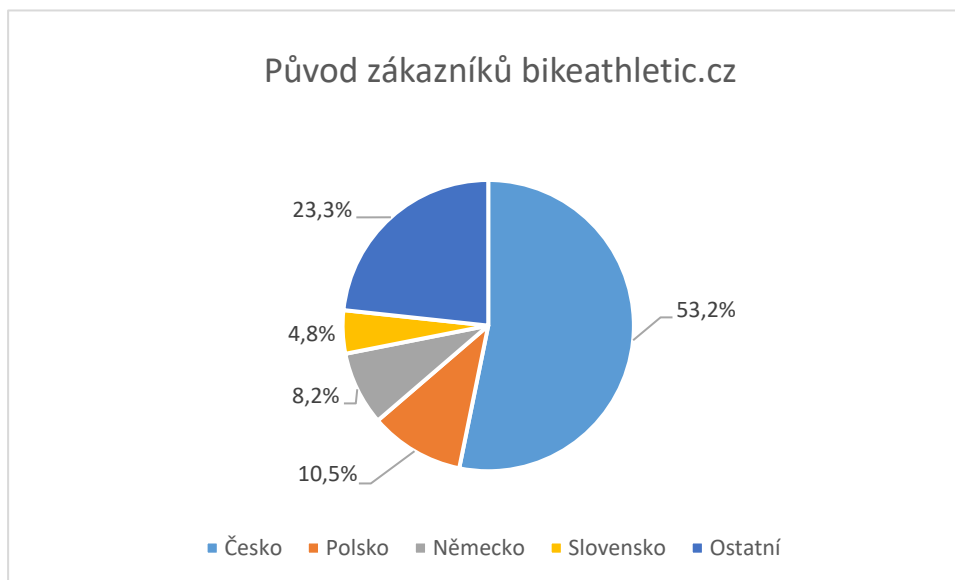
Dodavatelé našeho e-shopu jsou rozděleni na dva základní okruhy: čeští dodavatelé a zahraniční dodavatelé. Jak je psáno v úvodu, je snaha podpořit místní podnikatele, kterých sice není mnoho, ale kvalitou zboží nezaostávají. Od těchto dodavatelů budeme prodávat především rukavice a jiné hráčské doplňky.

Větší skupinu dodavatelů (zhruba 70 %) tvoří zahraniční. Především se bude jednat o USA a v menší míře Německo. Bohužel limitem je to, že tento sport je nejvíce populární v USA.

Na druhou stranu, díky tomu není konkurence v Evropě příliš rozvinutá a většina existujících eshopů neposkytuje zákazníkům větší komfort nejen při objednávce, ale především při komunikaci a detailních informacích o zboží. Většina dodavatelů tohoto vybavení sídlí v Spojených státech, tudíž bude potřebné vybudovat distribuční kanál, jak efektivně, rychle a především levně zboží dostat přes oceán. Na koncové ceně výrobků se bohužel toto omezení promítne, protože na zboží z USA je uvaleno clo.

### 4.5.3 Konkurence

Podle vlastních zkušeností autora práce, ale především dle informací dostupných na internetu, byl proveden průzkum trhu. Bylo zjištěno, jaké další konkurenční eshopy existují. Především z důvodu, že v počátcích vstupujeme na český a slovenský trh, bude s velkou pravděpodobností největším konkurentem e-shop **bikeathletic.cz**. Jedná se o e-shop, který sídlí v České republice, ale centrální sklad, z nějž zasilá všechny produkty, má v Itálii. V prvním grafu je možné vidět původ klientů tohoto e-shopu. Tento e-shop je jedním z hlavních obchodů, kde nakupují čeští hráči amerického fotbalu. Můžeme to vidět také v grafu. Kdy 53 % nakupujících, tedy většinu tvoří zákazníci z České republiky. Zbýlých 47 % pak tvoří zákazníci z menších států, rozdělných v rozmezí mezi 4-24 %.



Graf 1: Původ zákazníků konkurence, tvorba vlastní

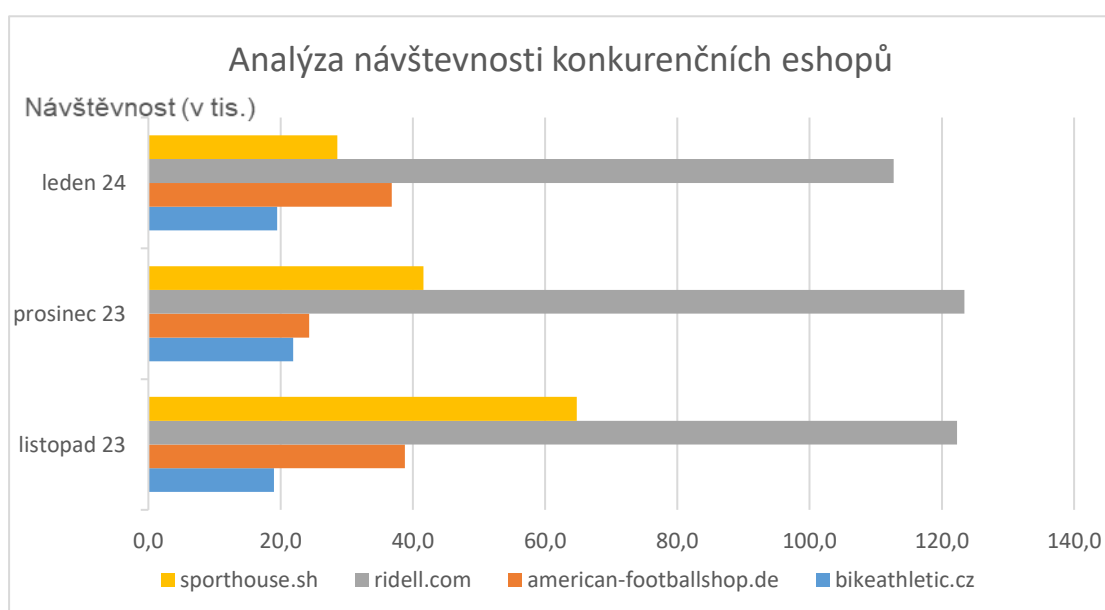
Data byly získány ze serveru [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com). Po zadání názvu webové stránky byly vyhledány informace právě o této stránce. Výsledek této analýzy jasně ukazuje, na koho bychom měli zaměřit naši marketingovou kampaň. Měli bychom ji cílit na český a polský



trh. Domnívám se, že jisté možnosti vykazuje trh německý, o kterém je známo, že je oproti tomu českému výrazně větší. Také je známo, že Němci rádi nakupují v Česku, protože jsou zde na jejich poměry lepší ceny. Ovšem je potřebné prostudovat a aplikovat nastavení, na která jsou němečtí zákazníci zvyklí (především dobrá německá mutace stránek).

Na druhém grafu je znázorněna návštěvnost konkurenčních e-shopů za poslední 3 měsíce. Začneme společností Ridell.com. Jedná se o celosvětově největšího výrobce helem a ochrany ramen. Jde o hlavního prodejce na americkém trhu, který je několikanásobně větší než celý evropský trh, je to nejvýznamnější globální výrobce. Náš e-shop by se měl pohybovat co se týče návštěvnosti, někde mezi e-shopy bikeathletic.cz a american-footballshop.de. Naše návštěvnost by se tedy měla pohybovat někde okolo 25 tis. návštěv za měsíc. Je jasné, že k takovému číslu se nedostaneme hned v prvních týdnech od zahájení e-shopu, ale do dvou až tří let bychom se k takovému číslu chtěli přiblížit.

Na grafu můžeme také vidět, že tři e-shopy mají hodně podobnou návštěvnost a vývoj grafu. Je to způsobeno zejména tím, že tyto e-shopy poskytují velmi podobný až skoro stejný sortiment produktů. Ceny jsou zde taktéž velmi podobné, největší rozdíl je zde především v ceně poštovního a balného. Cena doručí do České republiky se pohybuje u e-shopu bikeathletic.cz kolem 180 korun českých, u american-footballshop.de kolem 20 euro, což je v přepočtu zhruba 500 Kč. Jako poslední tady pak máme sporthouse.sh, zde je doprava nejlevnější, začíná na 167 Kč.



Graf 2: Analýza návštěvnosti konkurence, tvorba vlastní

V našem případě by se pak cena doručení pohybovala zhruba kolem 150–200 Kč. Samozřejmě pokud by se jednalo o objednávku převyšující 5000 Kč je doprava pro zákazníka zdarma – tedy zahrnuta do ceny zboží.

## 4.6 Marketingový plán

### 4.6.1 Marketingový mix

#### 4.6.1.1 Produkt

Produktem bude sortiment pomůcek na americký fotbal. Bude se jednat o produkty, které nebudou vyrábět, ale prodávat pomocí internetového obchodu. Kromě produktů samotných, budou nabízeny také odborné poradenství a poradenskou činnost ke všem produktům zakoupených na e-shopu **AFshop.space**. Tato poradenská činnost bude poskytována jak pomocí emailové komunikace, tak pomocí telefonní komunikace. Uvažuje se i o formě komunikace se zákazníkem pomocí videohovoru, která se v posledních letech stává populární, ale v prostředí online nakupování je stále velice vzácná.

Každý produkt na e-shopu bude možné hledat a řadit podle druhu a ceny. Po rozkliknutí produktu se zákazníkovi objeví název produktu s fotkou unikátním kódem, pomocí kterého může hledat produkt na internetu a případně si ho porovnat s produkty na jiných internetových obchodech. Dále se zde budou nacházet fotky produktu a to tak, aby si zákazník udělal přesný obrázek o tom, jak produkt vypadá.

#### 4.6.1.2 Cena

Tento e-shop bude orientován na kvalitní produkty za dostupnou cenu. Cena se bude samozřejmě odvíjet od pořizovacích nákladů, kam bude mimo jiné patřit u některých produktů i clo. Samozřejmě to nebude u všech produktů, ale pouze u těch dovezených z USA. Bude se jednat především o kopačky a sortiment, který si zákazník objedná na vyžádání. Je možné, že ceny budou vyšší než u konkurence. Je to z toho důvodu, že tím že náš e-shop teprve začíná a chce se rozvíjet musí dávat nějaké peníze taktéž do rozvoje. Samozřejmostí jsou slevy při spuštění e-shopu. Bude se jednat spíše o marketingový tah pro nalákání nových zákazníků.

Platba na e-shopu bude možná jak dobírkou, tak převodem. Samozřejmostí je také osobní odběr ve Zlíně.

### 4.6.1.3 Distribuce

Bude požívána nepřímá distribuční cesta. To znamená, že zboží bude nakupováno přes velkoobchod a následně prodáváno v maloobchodě. Tento způsob dodání se bude týkat především zboží z USA. Část zboží, které nám bude dodávat místní výrobce budeme brát pomocí přímé distribuční cesty. To znamená, že výrobce zboží doručí přímo nám.

Většina sortimentu bude pocházet z Evropy tudíž se nepodléhá celnímu dohledu. Bude se jednat o veškerý sortiment mimo kopaček a některých drobných fanouškovských předmětů.

### Doprava z USA

Všechny možnosti jsou rozebrány v úvodu praktické části. V našem případě se bude jednat o možnost, kdy musíme clo zaplatit. Výše cla se samozřejmě bude odvíjet také na výši ceny zboží. Níže je ukázáno, jak bude vypadat formulář, který je potřeba vyplnit při výpočtu cla.

## Taric CZ

Výsledek výpočtu celního dluhu dle TARIC CZ

[Zpět na hlavní stránku](#)

(A) Datum simulace:	08.03.2024	(15) Země odeslání:	US
(33) Nomenklatura zboží:	6402190000	(33) Přídavné kódy:	
(34) Země (region) původu:	US	(38) Vlastní hmotnost (kg):	0
(36) Kód preference:	100	(39) Kvóta:	
(44) Certifikáty:		(47) Celní hodnota (Kč):	30000
(44) Vedlejší výdaje (Kč):	4356	CIF cena (Kč):	34356
Množství zboží:	12 NPR		
(31) Popis zboží:	Ostatní obuv se zevní podrážkou a svrškem z kůže nebo plastů		
	- Sportovní obuv		
	-- Ostatní		

---

Poplatky k zaplacení:

Předpis	Typ	Základ	Sazba	Částka [Kč]
R0838/06 (C103)	A00	30 000,00 Kč	16,900 %	5 070,00
Z0235/04 (P305)	B00	39 426,00 Kč	21,00 %	8 280,00
				<b>Celkem: 13 350,00</b>

Obrázek 5: Výpočet cla, [35]

První řádek se sazbou 16,9 % je clo a druhý řádek je DPH, které se počítá z celé částky včetně cla. V naše případě bude clo uvaleno pouze na kopačky. Ty budou totiž jedné, z dovozu mimo Evropskou unii. Kalkulace ceny jednotlivých produktů se nachází v příloze.

#### 4.6.1.4 Propagace

Propagace tohoto e-shopu by se dala rozdělit na dvě části. První částí bude reklama na internetu a sociálních sítích. Druhou částí bude tzv. „fyzická reklama“. Pod tímto pojmem se nachází veškeré eventy, akce a poutače, které budou fyzicky dostupné.

##### **PPC reklama**

Jedná se o nejrozšířenější způsob reklamy na internetu. Jedná se o způsob. Kdy je zákazníkům nabízena reklama podle toho, co v minulosti hledali v prohlížeči. V našem případě se tedy bude jednat o zájemce o americký fotbal. Počáteční vklad na PPC reklama může začínat někde kolem 5000 Kč /měsíc. Kvůli poměrně vysokým nákladům z počátku tento druh kampaně nechci používat, ale v budoucnu tento druh reklamy bude zcela jistě používán.

##### **Reklama na sociálních sítích**

Z počátku se bude jednat o hlavní marketingový nástroj v internetovém prostředí. Hlavní aktivita bude soustředěna na platformě Meta konkrétně na Facebooku, a hlavně na Instagramu. Na sociálních sítích člověk musí být aktivní, proto se jeví jako žádoucí přidávat minimálně jeden příspěvek denně a minimálně tři příběhy každý den. Zda je tento cíl dosažitelný a přiměřený, bude přezkoumáno v reálném provozu. Tyto sociální sítě budou spravovány svépomocí tedy hlavně ze začátku. Postupem času se nebojíme přijmout marketingového specialistu, který bude mít propagaci jako celek na starosti. Na těchto sociálních sítích budou probíhat také různé soutěže o fotbalové ceny nebo vouchery na náš e-shop.

Dalším prvkem reklamy bude spolupráce. Ta bude soustředěna především na influencery, kteří se nějakým způsobem o americký fotbal nebo NFL zajímají. Budeme volit nabídky především hráčům, ale také nabídky podcastům, kde zmíní náš e-shop. Cena bude samozřejmě na domluvě, ale bude potřeba zajistit nějakou vratnost těchto investic. To znamená, že když uvidíme, že po spolupráci s influcerem nám půjde návštěvnost nahoru, tak se nebráníme další spolupráci.

##### **Fyzická reklama**

V našem případě se bude jednat o dva druhy reklam. První jsou banery a reklamní poutače. Ty budou umístěny tam, kde se vyskytuje větší množství fanoušků tohoto sportu. Jedná se především o zápasy českých a evropských lig. Nemá smysl dávat reklamu například na billboard u nějaké rušné silnice. Nejsme e-shop, který cílí na širokou veřejnost. Naším

zákazníkem je skupina veřejnost zajímavající se o tento sport, a proto tam kde se vyskytují, tam směřujeme reklamu.

Druhou částí jsou eventy. Budeme se jednat především o event k něčemu. Pro lepší vysvětlení je uveden konkrétní příklad. Bude se odehrávat XXXI Czech Bowl. Tj. finálový zápas české ligy amerického fotbalu. Event bude spočívat v tom, že ve fanzóně budeme mít náš stánek, kde si zájemci budou moct vyzkoušet kopačky případně rukavice anebo si zakoupit něco ze sortimentu. Samozřejmě zde budou také soutěže o nějaké drobné ceny.

### **Podpora nadaných sportovců**

Jedná se o projekt, který umožní fotbalistům se sociálně slabších rodin nákup vybavení pro mladého fotbalistu. Každý zájemce vyplní formulář, který nám pošle do určitého data. Následně budou vybráni zájemci, kteří to nejvíce potřebují a následně jim bude zaslána oficiální nabídka na spolupráci. Následně budou dohodnuty všechny detaily a zasláno jim potřebné sportovní vybavení.

## **4.7 Finanční plán**

Nezbytnou součástí každého začínajícího e-shopu musí být finanční plán chceme-li rozpočet. Ten musí být sestaven tak, aby pokryl veškeré náklady a také aby bylo možné na takovém zboží taktéž něco vydělat.

### **4.7.1 Kalkulace produktů**

Kalkulace jednotlivých produktů se nachází v příloze. Cena produktu je spočítána tak, aby i při neprodání všeho zboží došlo k mírnému zisku. Konkrétně nakupíme 10 párů rukavic za 593 Kč ve velikostech S, M, L. Očekáváme, že neprodáme všechny velikosti S a L. Očekávaný prodej je tedy 7 párů rukavic. Nákupní cena těchto 10 párů je 5930 Kč. Tuto cenu vydělíme počtem pravděpodobně prodaných párů, ale ještě před tím přidáme 40 % marži. Následně ještě přidáme navíc 400 Kč, abychom mohli případně nastavit slevu, a zboží tak bude pro zákazníka více zajímavé. Celková cena jednoho páru tedy bude 1599 Kč.

### **4.7.2 Plán nákladů a výnosů**

Jako první se zde nachází dvě tabulky. Jedná se o porovnání výnosů a nákladů, a to ve dvou verzích. První verze je optimistická. To znamená, že je to spíše méně reálné, ale může se klidně stát, že se tržby a náklady tak budou vyvíjet. Tabulky jsou kalkulovány pro první rok.

V excelovém souboru, který se nachází v příloze je tato varianta spravovaná taktéž na dva roky.

Ve výnosech se nachází odhadovaný výnos z tržeb. Opět podrobný rozpis se nachází v příloze. Kromě výnosů za prodej zboží se zde také nachází výnosy za odborné poradenství. Jedná se o poradenské služby pro kluby v rámci nákupu vybavení a asistence při objednání zboží ze zahraničí. Čistý prodej je pak součet těchto výnosů. Dále zde máme náklady na prodané zboží. Zde mluvíme o nákladech, které přímo souvisí s prodejem produktu. Jedná se o obalové materiály, poštovné, a jiné náklady související se zbožím. Jedná se o 40 % z ceny zboží. Následně zde máme rozepsané náklady. Jako jednatel si budu vyplácet odměnu. Tím, že jsem stále student tak jsem osvobozen od placení sociálního a zdravotního pojištění. Položka brigádník je zde z toho důvodů, že ve druhém roce jsem se rozhodl přijmout brigádníka, který bude pracovat ve skladě.

<b>1 ROK OPTIMISTICKÁ VERZE</b>	
<b>VÝNOSY</b>	<b>ZA PRVNÍ ROK</b>
Odhadovaný prodej produktů	2 224 132,00 Kč
Odborné poradenství	120 000,00 Kč
<b>Čistý prodej</b>	<b>2 344 132,00 Kč</b>
<b>Náklady na prodané zboží</b>	<b>667 239,60 Kč</b>
<b>Hrubý zisk</b>	<b>1 676 892,40 Kč</b>
<b>NÁKLADY</b>	<b>ZA PRVNÍ ROK</b>
Výdaje na pořízení zboží	988 470,00 Kč
Clo	62 884,00 Kč
Mobilní operátor	5 064,00 Kč
Účetní	18 000,00 Kč
Odměna jednatele	120 000,00 Kč
brigádník na DPP	- Kč
Marketing/Reklama	24 000,00 Kč
Energie	9 600,00 Kč
Nájem	18 000,00 Kč
Webhosting+ doména	349,00 Kč
Náklady na poštovné +doprava	96 000,00 Kč
Jednorázové výdaje	5 100,00 Kč
<b>Celkové výdaje</b>	<b>1 347 467,00 Kč</b>
<b>Příjem před zdaněním</b>	<b>329 425,40 Kč</b>
<b>Daňové náklady – daň z příjmu</b>	<b>49 413,81 Kč</b>
<b>ČISTÝ PŘÍJEM</b>	<b>280 011,59 Kč</b>

Tabulka 4: První rok optimistická verze – finanční plán, tvorba vlastní

Nájem s energiemi je částka, která je placena za malý sklad, kde je uskladněno zboží. Jelikož v prvním roce vykazuje e-shop zisk, je potřeba ho zdanit. Daň z příjmu je v současnosti 15 %. Za první rok by tedy e-shop vydělal 230 317 Kč. Tento zisk je poměrně vysoký. Je to z důvodu, že jako student neplatím sociální a zdravotní a také si vyplácím pouze 10 tisíc korun českých za měsíc. Kdybych si vyplácel plnohodnotnou mzdu, částka by byla diametrálně odlišná.

V pesimistické verzi se pohybujeme v nižších číslech. Hlavně z toho důvodů, že máme téměř o 300 tisíc méně v nakoupeném zboží. Nicméně většina nákladů je fixních, takže jsou i nadále stejné, jak v optimistické verzi. Rozdíl je pouze v nákladech na prodané zboží. Jedná se totiž o náklady variabilní. To znamená, že se mění s množstvím zboží.

<b>1 ROK PESIMISTICKÁ VERZE</b>	
<b>VÝNOSY</b>	<b>ZA PRVNÍ ROK</b>
Odhadovaný prodej produktů	1 386 320,00 Kč
Odborné poradenství	120 000,00 Kč
<b>Čistý prodej</b>	<b>1 506 320,00 Kč</b>
<b>Náklady na prodané zboží</b>	<b>388 543,20 Kč</b>
<b>Hrubý zisk</b>	<b>1 016 600,80 Kč</b>
<b>NÁKLADY</b>	<b>ZA PRVNÍ ROK</b>
Výdaje na pořízení zboží	617 236,00 Kč
Clo	35 422,00 Kč
Mobilní operátor	18 000,00 Kč
Účetní	5 064,00 Kč
Odměna jednatele	120 000,00 Kč
brigádník na DPP	- Kč
Marketing/Reklama	24 000,00 Kč
Energie	38 400,00 Kč
Nájem	18 000,00 Kč
Webhosting+ doména	349,00 Kč
Náklady na poštovné + doprava	96 000,00 Kč
Jednorázové výdaje	5 100,00 Kč
<b>Celkové výdaje</b>	<b>953 811,00 Kč</b>
<b>Příjem před zdaněním</b>	<b>136 613,00 Kč</b>
<b>Daňové náklady – daň z příjmu</b>	<b>20 491,95 Kč</b>
<b>ČISTÝ PŘÍJEM</b>	<b>116 121,05 Kč</b>

Tabulka 5: První rok pesimistická verze – finanční plán, tvorba vlastní

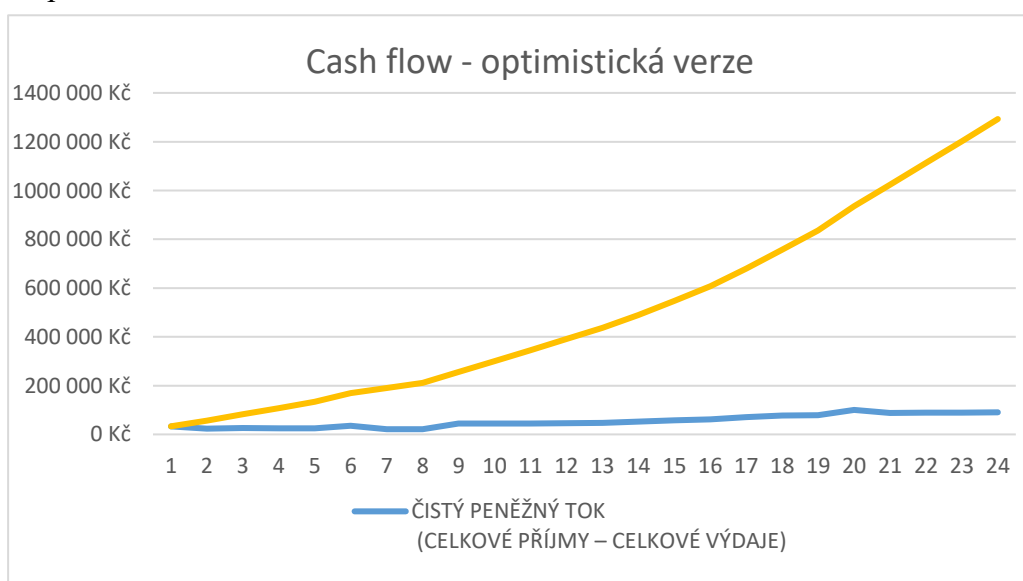
V optimistické verzi se pracuje zhruba s dvojnásobnými částkami výnosu a variabilních nákladů než ve variantě pesimistické. Obě varianty jsou realistické, nicméně v prvním roce určitě není počítáno s něčím nečekaným, jako je například příchod nového konkurenta na trh. Pesimistická varianta je nastavena na dostatečně nízké množství prodaných kusů, není příliš reálné, aby bylo toto množství ještě nižší.

### 4.7.3 Cash flow

V této kapitole se nachází rozepsané finanční toky. Konkrétně příjmy a výdaje. Příjmy jsou jedním ze zdrojů finančního kapitálu v podniku. V našem případě to jsou tržby za prodané zboží a tržby za poskytnuté služby. Je zde také zařazen počáteční vklad ve výši 100 000 Kč. Poté zde máme náklady. Tam se nachází to, co je potřeba zaplatit z příjmů. V našem případě jsou výdaje rozděleny na variabilní, fixní a ostatní. První zmíněné jsou výdaje, které přímo souvisí s produktem. Jejich výše se odvíjí od množství prodaného nebo nakoupeného zboží. Může se jednat například o zabalení zásilky nebo podobné operace. Dále se zde nachází fixní výdaje. Tyto výdaje jsou spojeny s fungováním našeho podniku. Jedná se tedy o platbu energií, nájem, mzdy apod. Částka je zde stejná bez ohledu na množství zboží.

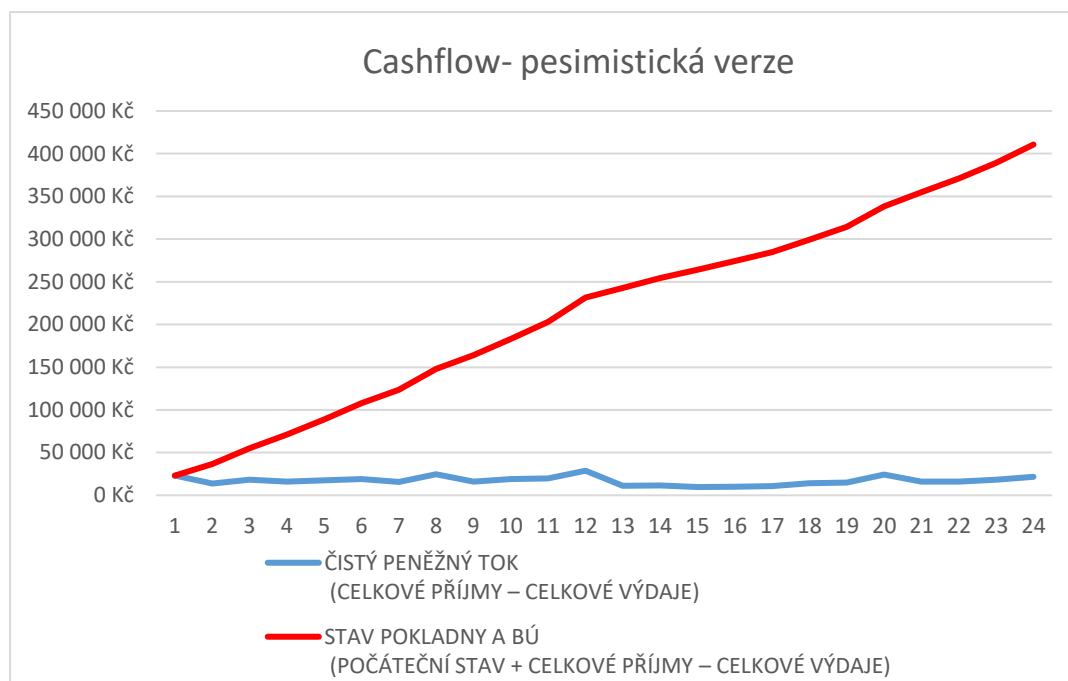
Poslední kategorií jsou ostatní výdaje. Zde řadíme platbu cla a také daň z příjmu.

Níže můžeme vidět dva grafy. První ukazuje optimistickou verze cash flow. Tato verze počítá s větším finančním tokem, což můžeme v grafu vidět. Druhý graf je pesimistický a s nižšími výnosy a tím pádem i náklady. Podrobný rozpis a všechny potřebná data se nachází v souboru v příloze.



Graf 3: Cash flow – optimistická verze, tvorba vlastní





Graf 4: Cash flow – pesimistická verze, tvorba vlastní

## 4.8 Trojimperativ projektu

Trojúhelník nám zde představuje tři hlavní zásady, kterými bude tento e-shop charakteristický. Kvalita, čas, náklady. První jsou porovnány kvalita a náklady. Kvalitnější produkt stojí více peněz musíme tedy vynaložit vyšší náklady, které ovšem chceme mít co nejnižší. Musíme tak najít ideální kombinaci mezi těmito dvěma vrcholy trojúhelníku. Vysoká kvalita nám přivede zákazníky, kteří si za kvalitu připlatí, ale zase přijdeme o zákazníky, kterým se nechce dávat peníze za značkové drahé produkty. Jedná se například o rukavice, které si zákazník může zakoupit na e-shopu. Rukavice jsou kvalitní a mají životnost přibližně dva roky při správném používání. Tímto krokem budou sníženy dlouhodobé náklady na reklamacie a bude zvýšena zákaznickova spokojenost. Další vazbou je kvalita a čas. Může se jednat například o výzkum výrobku. Výzkum takového produktu zabere delší čas, ale také zvýší kvalitu produktu. Opět je zapotřebí nalézt vhodnou rovnováhu mezi vynaloženým časem a výslednou kvalitou. Poslední vazbou je vazba čas a náklady. Chceme eliminovat náklady, ale také chceme všechno za co nejkratší čas. Je na nás, ke které z těchto dvou variant se přikloníme, ale je potřeba nastavit produkt tak, aby opět našel ideální kombinaci. Konkrétně se jedná o tvorbu e-shopu svépomocí. Tímto krokem budou ušetřeny náklady spojené s tvorbou e-shopu. Na druhou stranu tento krok zabere také jistý čas.



Obrázek 6: Trojimperativ projektu 2, tvorba vlastní

#### 4.9 SWOT Analýza

SWOT analýza je znázorněna pomocí tabulky, kde můžeme vidět silné a slabé stránky a také příležitosti a rizika. V tabulce se nachází pouze heslovitě popsané všechny tyto faktory. Níže jsou pak více rozvedeny.

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>- specializace na prodej výrobků vyrobených na domácím trhu</li> <li>- možnost na vyžádání dodání prakticky čehokoliv</li> <li>- nadšení a zkušenosti s fotbalem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- malé zkušenosti s provozem e-shopu</li> <li>- poměrně malý sortiment produktů</li> <li>- neznámá značka</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>- expanze po Evropě</li> <li>- rozvoj povědomí o fotbale v Česku</li> <li>- podpora nadějných sportovců</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- malá poptávka</li> <li>- přesycenost trhu</li> <li>- pohlcení velkými e-shopy</li> </ul>

Tabulka 6: SWOT analýza podniku, tvorba vlastní

##### Silné stránky

Jak je řečeno výše, bude cíleno na místní výrobce. Bude se jednat především o výrobu rukavic a fotbalové doplňky jako jsou například ručníčky, opasky, aj. Dále je zde napsáno na

vyžádání dodání čokoliv. Jak je také již uvedeno tento e-shop je zaměřen především na fotbalové vybavení menších rozměrů. Například helmy a chrániče ramen je možné dodat, ale pouze na vyžádání. Poslední bod je zde definován jako „láska k fotbalu“. Tento pojem znamená, že máme o fotbalu povědomí, umíme se v něm orientovat a jsme i aktivní hráči.

### **Slabé stránky**

Jedná se o první projekt, který je realizován. Z toho důvodu se může stát, že tento e-shop bude mít i nějaké menší chyby nebo problémy. Další nevýhodou můžeme být poměrně malý sortiment produktů. e-shop tako nebude moct konkurovat velkým e-shopům, který nabízí celou škálu produktů, které u nás v nabídce nebudou. A poslední bod je neznámá značka. Tím, že se bude začínat od nuly, tak veřejnost o nás nebude mít žádné povědomí a nebude znát naši značku ani náš produkt.

### **Příležitosti**

V sekci příležitosti najde to, co v čem se tento e-shop odlišuje od konkurence a může být úspěšný. V e-shopu to bude expanze po Evropě. Český trh je pro tento sport dost malý „rybníček“. Proto je potřeba co nejrychleji rozšířit působnost nejlépe po Evropě. To může přinést mnohonásobně více návštěv našeho e-shopu a tím pádem i více objednávek. Další dva body spolu poměrně úzce souvisí. Obecně vzato chceme prostřednictvím našeho e-shopu rozšířit povědomí o americkém fotbalu. Chceme docílit toho, že každý si lidé budou, čím dal častěji klást otázku „Co to je ten americký fotbal?“. V posledním bodě se chceme zaměřit na podporu nadějných fotbalistů. V dnešní době je pro některé rodiny velmi těžké sehnat dostatek finančních prostředků, aby mohlo jejich dítě dělat vysněný sport. Bude navrhnout sociální program, který právě takto znevýhodněným dětem pomůže a třeba jeden z nich se dostane právě na ten vrchol v podobě NFL.

### **Hrozby**

Jedna z hlavních hrozeb může být malá poptávka a přesycenost trhu. Přece jenom tento sport zná v porovnání s klasickým fotbalem velice málo lidí. Proto se může stát, obzvláště pak v tak málem státu jako je právě Česká republika, že dojde k přesycení trhu a jednoduše už nebude na trhu pro nové podniky místo. S tímto opět souvisí malá poptávka po produktech. Když nebude na trhu kam expandovat tak se může stát, že i stávající podniky budou mít problém s fungováním jejich podniku. Posledním bodem je pohlcení velkými e-shopy. Jedná se o bod, který se může klidně stát. Zákazník nebude chtít objednávat více produktů z více

e-shopů, ale jednoduše všechno objedná na jednom z velkých e-shopů, který má velký sortiment produktů

## 4.10 Rizika

### 4.10.1 Analýza rizik

Rizika našeho podniku jsou ohodnocena v přehledné tabulce. Ta je seřazena od rizik s největší pravděpodobností, po ty méně pravděpodobné až po ty prakticky nepravděpodobné.

Prvním rizikem je riziko **finančního kapitálu**. Toto riziko může být velkým problémem hlavně z počátku, kdy e-shop nebude tak známý a nebude mít dostatečný odbyt produktů. Další rizikem je **velká konkurence na trhu**. Toto riziko může být hlavně v Česku, kde základna není tak široká, možná až likvidační účinek. Možnost, že by na trh přišel ještě další prodejce podobného sortimentu jako bude mít náš e-shop může mít za následek konec obou e-shopů. Následuje riziko související s **problémem v dodavatelském řetězci**. Toto riziko může být velmi aktuální hlavně u zboží původem z USA, kde je doba dopravy poněkud delší. Toto riziko se dá poměrně snadno eliminovat, a to včasným naskladněním zboží tak, aby byla vždycky nějaká rezerva. Dalším rizikem, i když málo pravděpodobným je **výpadek e-shopu**. To může nastat pouze v případě, kdy by z nějakého neznámého důvodu spal server e-shopu nebo by byl napaden neznámými otočníky. Další variantou, která by mohla zapříčinit nefunkčnost e-shopu je pozdní zaplacení webhostingu nebo ztráta domény. Může se nám také stát, že budeme mít **špatnou marketingovou strategii**, což bude mít za následek nedostatek zákazníků. Dalším, již zmíněným rizikem je **kybernetický útok**. Tomuto riziku se dá také vyvarovat, ale je potřeba dbát na zabezpečení celého e-shopu. Může také hrozit **nedostatečná zákaznická podpora**. Toto riziko je velmi snadno ovlivnitelné a dá se na něm velmi dobře pracovat. Tento e-shop je postaven na velmi dobré zákaznické podpoře. Dále je popsáno **riziko spojené s nekvalitními produkty**. Tomuto riziku je možné se vyvarovat pomocí nákupu kvalitních produktů, u kterých nebude tak velká četnost reklamace. Může také dojít k **změně trendů a preferencí zákazníků**. Toto riziko je spíše na úrovni teorie, ale aktuální trendy jsou pro e-shop klíčové. Bude se totiž držet všech aktuálních světových trendů. Posledním rizikem je **nedodržování předpisů a norem**. Toto riziko může nastat v případě vstupu na zahraniční trh a neznalost místní legislativy.

	Riziko	PR	PP	MD
1	Finanční kapitál	20 %	9	180
2	Velká konkurence	20 %	6	120
3	Problém s dodavatelským řetězcem	15 %	6	90
4	Výpadek e-shopu	10 %	8	80
5	Špatná marketingová strategie	10 %	5	50
6	Kybernetické útoky	5 %	8	40
7	Nedostatečná zákaznická podpora	5 %	5	25
8	Problém s kvalitou produktů	5 %	6	30
9	Změny trendů a preferencí zákazníků	5 %	4	20
10	Dodržování předpisů a zákonů	1 %	9	9

Tabulka 7: analýza rizik, tvorba vlastní

## 4.11 Časový harmonogram

V našem případě se jedná o **Gattův diagram**. Vyjadřuje nám, jak bude probíhat tvorba našeho e-shopu v jednotlivých krocích. Graf obsahuje šipky, které charakterizují jednotlivé kroky, jak na sebe navazují. Není například možné si pronajmout webhosting dříve, než bude pronajata samotná doména. Dále musíme mít už pronajatý webhosting, abychom mohli začít tvořit e-shop. Následuje další vazba, která nám říká, že musíme mít uzavřenou dohodu s dodavateli, abychom mohli přidat kompletní sortiment do nabídky. Další logickou vazbu je vazba, která nám říká, že je potřeba mít hotový e-shop, abychom mohli spustit jeho testovací provoz. Následuje šipečka, která znázorňuje, že abychom mohli spustit marketingovou kampaň musí ji mít hotovou. A poslední šipka nám říká, že abychom mohli uvést e-shop do plného provozu, musíme mít ukončený zkušební provoz.

Jako první krok je zapsání zakladatelské listiny u notáře. Ten poté zapíše náš podnik také do obchodního rejstříku. Poté následuje pronájem domény a webhostingu. Dále může začít tvořit e-shop. Ale napřed musíme mít pronajatý webhosting (druhá šipka). Dále musíme zahájíme jednání s dodavateli, přitom tom ale můžeme dál tvořit e-shop. Následně bude potřeba dokoupit potřebný materiál. Jakmile skončíme jednání s dodavateli, můžeme začít fází doplnění sortimentu na e-shop. Dalším bodem je zprovoznění platebních metod. Jakmile dokončíme tvorbu e-shopu, můžeme zpustit zkušební provoz, který potrvá přesně měsíc. Mezi tím už může na plno běžet také tvorba marketingové kampaně. Po tvorbě kampaně bude následovat její zahájení. Jako poslední bod je zpuštění plného provozu. Ten bude následovat po konci zkušební doby.

	1. MĚSÍC	2. MĚSÍC	3. MĚSÍC	4. MĚSÍC	5. MĚSÍC
Sepsání zakladatelské listiny	█				
Registrace společnosti do obchodního rejstříku	█				
Pronájem domény	█				
Pronájem webhostingu	█				
Tvorba e-shopu	█	█	█	█	█
Dohoda s dodavateli o množství a ceně		█	█	█	█
Dokoupení potřebných materiálů			█	█	█
Přidání kompletního sortimentu na e-shop			█	█	█
Zprovoznění platební metod				█	█
Zahájení zkušebního provozu				█	█
Tvorba Marketingové kampaně			█	█	█
Zahájení marketingové kampaně				█	█
Uvedení e-shopu do plného provozu					█

Tabulka 8: Gattův diagram, tvorba vlastní

## 4.12 Logický rámec

Logické kroky	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdroje informací k ověření	Rizika
<b>Všeobecný cíl</b>			
Ziskový e-shop	Hospodářský výsledek	Účetnictví	-
<b>Účel projektu</b>			
Spouštění e-shopu Úspěšný e-shop	Zájem ze strany zákazníků Podíl na trhu ve výši 30 %	Sledovanost návštěvnosti e-shopu Průzkum trhu	Nedostatek objednávek
<b>Výstupy</b>			
Funkční e-shop	Pronájem domény Zakoupení webhostingu		Obsazená doména Špatný webhostingový server
<b>Aktivity</b>	<b>Rozpočet</b>		
1. Pronájem domény	39,-		Doména už je obsazená
2. Pronájem web – hostingu	310,-		Nedostatečný výkon serveru
3. Návrh a vytvoření e-shopu	Svépomocí		Špatná šablona
4. Výpis z rejstříku trestů	100,-		-
5. Sepsání zakladatelské listiny a její ověření u notáře	5 500,-		Špatně sepsaná zakladatelská listina
6. Založení BÚ a složení kapitálu	Zdarma +100 000 ZK		Nedostatek finančních prostředků
7. Zapsání do Obchodní rejstříku	V ceně služeb notáře		-
8. Založení živnosti	1000,-		-
9. Naskladnění zboží na první měsíc	80 000,- (ze základního kapitálu)		Nedostatek finančních prostředků
10. reklama na první měsíc	Social marketing – svépomocí		Malý dosah naší reklamy
			<b>Předběžné podmínky</b>
			Dostatečný počáteční kapitál Zapsání do obchodní rejstříku

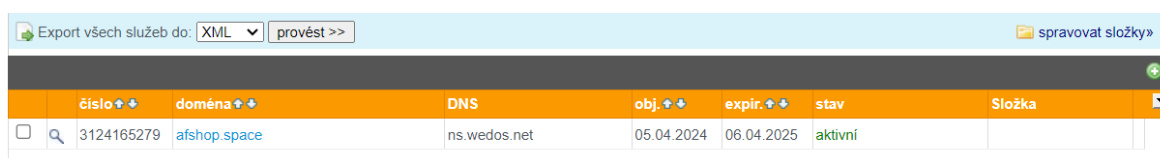
Tabulka 9: Logický rámec, tvorba vlastní

## 5 NÁVRH E-SHOPU

Úvodem je potřeba zmínit, že e-shop je vytvořen pomocí Wordpressu. Sortiment, který se na tomto e-shopu nachází je pouze ilustrační a nebude docházet ke skutečnému prodeji těchto produktů. Taktéž veškerá telefonní čísla a emaily, které zde naleznete jsou smyšlené. Jinak je však e-shop plně funkční. Doména i webhosting jsou zaplacené na jeden rok a nebudou se poté dále prodlužovat.

### 5.1 Registrace domény a webhostingu

Pro registraci domény a webhostingu byla zvolena stránka [www.wedos.com](http://www.wedos.com). Doména, na které je celý e-shop k dispozici se jmenuje [www.afshop.space](http://www.afshop.space). Byla zvolena .space, z toho důvodu že jeho cena byla jedna z nejnižších na rozdíl od jiných domén a také byla k dispozici. Cena této domény ročně stojí pouze 39 Kč.

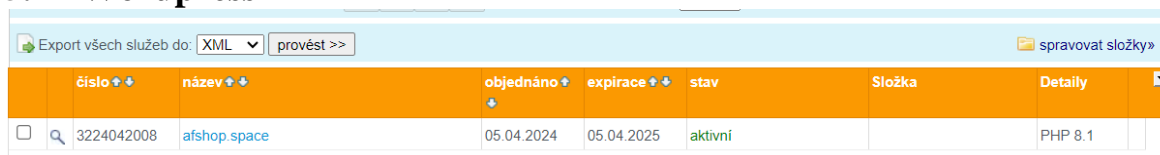


číslo	doména	DNS	obj.	expir.	stav	Složka
3124165279	afshop.space	ns.wedos.net	05.04.2024	06.04.2025	aktivní	

Obrázek 7: E-shop – registrace domény

Následně byl zakoupen webhosting. Zvolen byl webhosting od společnosti Wedos.

### 5.2 Wordpress



číslo	název	objednáno	expirace	stav	Složka	Detaily
3224042008	afshop.space	05.04.2024	05.04.2025	aktivní		PHP 8.1

Obrázek 8: E-shop – webhosting

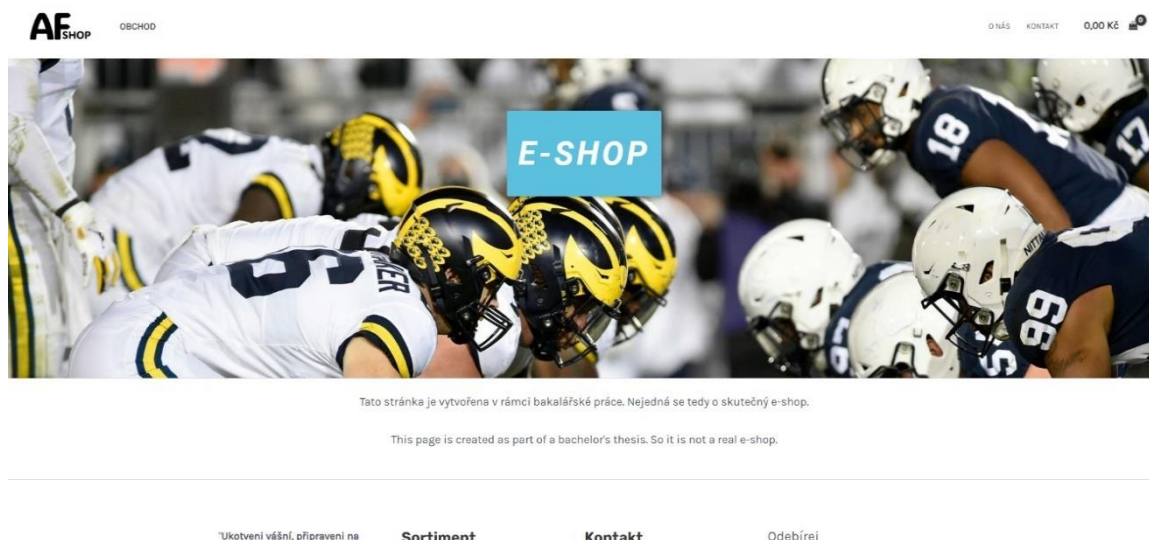
#### 5.2.1 Výběr šablony a základní úpravy

Wordpress jako takový nabízí celou řadu šablon, jak už webových stránek, tak e-shopů. Volbu byla pečlivě zvážena, a nakonec vybrán e-shop, který byl nejlepší. Jedná se o šablonu astra, která je v současnosti jedna z nejpoužívanějších. Šablona jako taková se dá upravit prakticky k nepoznání. Šablona byla přizpůsobena tak, aby e-shop odpovídal aktuálním trendům a byl stručný, jasný a přehledný. Jednoduchosti docílíme například tím, že se vyhneme nějakým složitým reklamním sdělením. To platí i pro tento e-shop.



### 5.2.2 Úpravy šablony

Hlavní stránka e-shopu zobrazuje pouze základní informace. Logo, kontakty, dále stručný přehled sortimentu a informací a jednoduché reklamní sdělení. V záhlaví se nachází tři záložky a také přehled košíku. Hlavním prvkem celé stránky bude pozadí, před kterým bude velká ikonka s odkazem na e-shop.



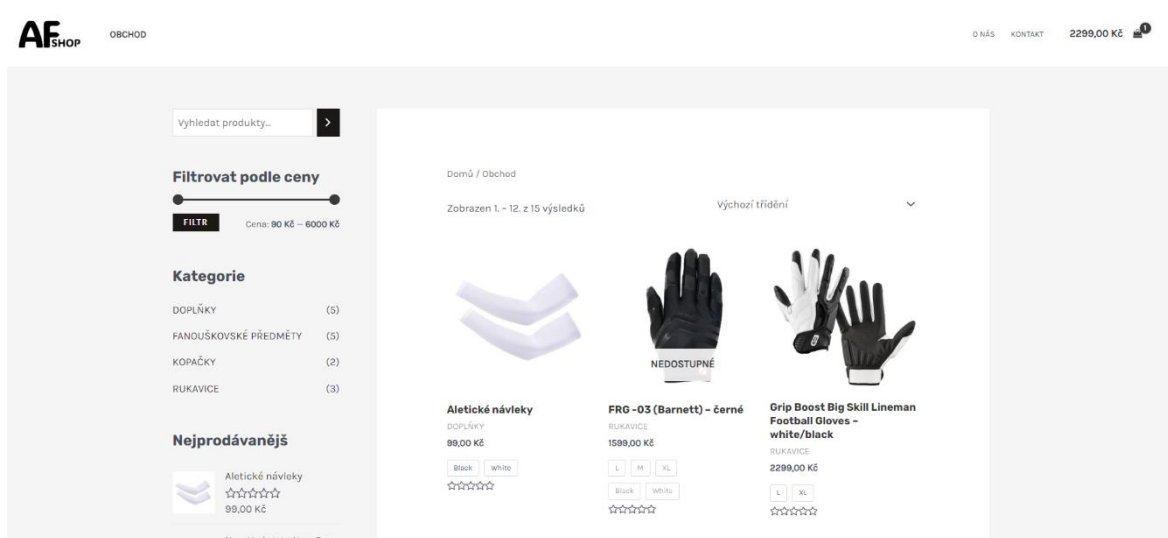
Obrázek 9: E-shop – úvodní stránka

### 5.2.3 Obchod

Jedná se o nejdůležitější kategorii celého e-shopu. Obchod bude rozdělen na čtyři základní kategorie produktů:

- **rukavice** – jedná se o hlavní kategorii tohoto e-shopu,
- **kopačky** – Zde se nachází celá nabídka kopaček, které náš e-shop nabízí,
- **doplňky** – do této kategorie patří všechny produkty, které hráč potřebuje, ale nejsou to kopačky ani rukavice
- **fanouškovské předměty** – jedná se kategorii určenou primárně pro fanoušky.

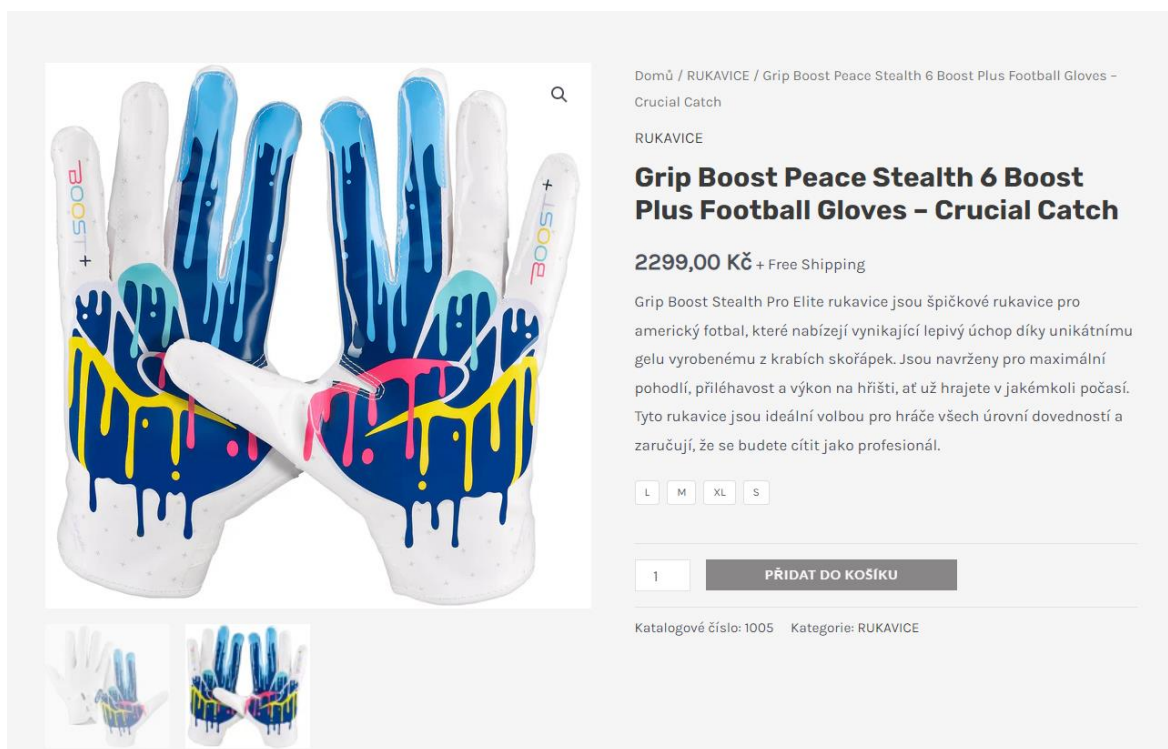
Když zákazník nebude hledat žádné konkrétní zboží, může se podívat na sortiment jako celek. Když však bude hledat například rukavice může se podívat pouze do sekce pro rukavice. Samozřejmě jsou také další filtry. Filtr hledání podle ceny, dále zákazník uvidí aktuálně nejlepší nabídky a samozřejmě je hledání podle názvu produktu.



Obrázek 10: E-shop – pohled do obchodu

## 5.2.4 Produkty

Jak už je řečeno výše, produkty jsou rozděleny do čtyř kategorií. Je to hlavně z důvodu lepší přehlednosti pro zákazníka. Každý typ produktu má svoji nabídku. Po rozkliknutí nabídky zákazník uvidí všechny důležité informace. Jedná se hlavně o název produktu. Pod ním se nachází galerie produktu, ve které si zákazník může dobře prohlédnout co vlastně kupuje.



Obrázek 11: E-shop – produkt

Vedle obrázku se nachází krátký popis produkt a nad ním cena. U některých produktů je poté možné si vybrat velikost či barvu. Následně je možné přidat si produkt do košíku.

Níže na stránce se pak nachází podrobný popis produktu a také seznam velikostí.

### 5.2.5 Správa objednávek

Tento e-shop bud mít plně funkční správu objednávek. Všechny důležité informace o objednávce přijdou zákazníkovi do emailu, který zadá ve formuláři, který musí vyplnit před potvrzením objednávky. Jedná se o informace o jméně, příjmení, státu, adrese a kontaktu. Je možné si zde také přidat název firmy či změnit adresu doručení. Samozřejmostí je také poskytnutí prostoru pro poznámky k dané objednávce. Je zde také možnost použití slevového kupónu.

Produkt	Mězísoučet
Grip Boost Peace Stealth 6 Boost Plus Football Gloves - Crucial Catch x 1 size: M	2299,00 Kč
Mězísoučet	2299,00 Kč

Doprava

Free shipping  
 PPL 109,00 Kč  
 Osobní vyzvednutí - Zlín

Cena celkem 2408,00 Kč

Bankovním převodem  
 Dobírka

Platba dobírkou.

Vaše osobní údaje budou použity k vyřízení Vaší objednávky, zvýšení spokojenosti po celou dobu procházení tohoto webu a k dalším účelům popsáných na stránce ochrana osobních údajů.

ODESLAT OBJEDNÁVKU

Obrázek 12: E-shop – objednávací formulář

### 5.2.6 Platba a doprava

Platba bude možná jak převodem, tak na dobírku. Doprava je bude z počátku pouze jedním dopravcem. Cena dopravy závisí na velikost objednávky a místě doručení. Při velké objednávce je samozřejmě možnost doručení zdarma.

### 5.2.7 Ochrana osobních údajů a zveřejňování údajů firmy

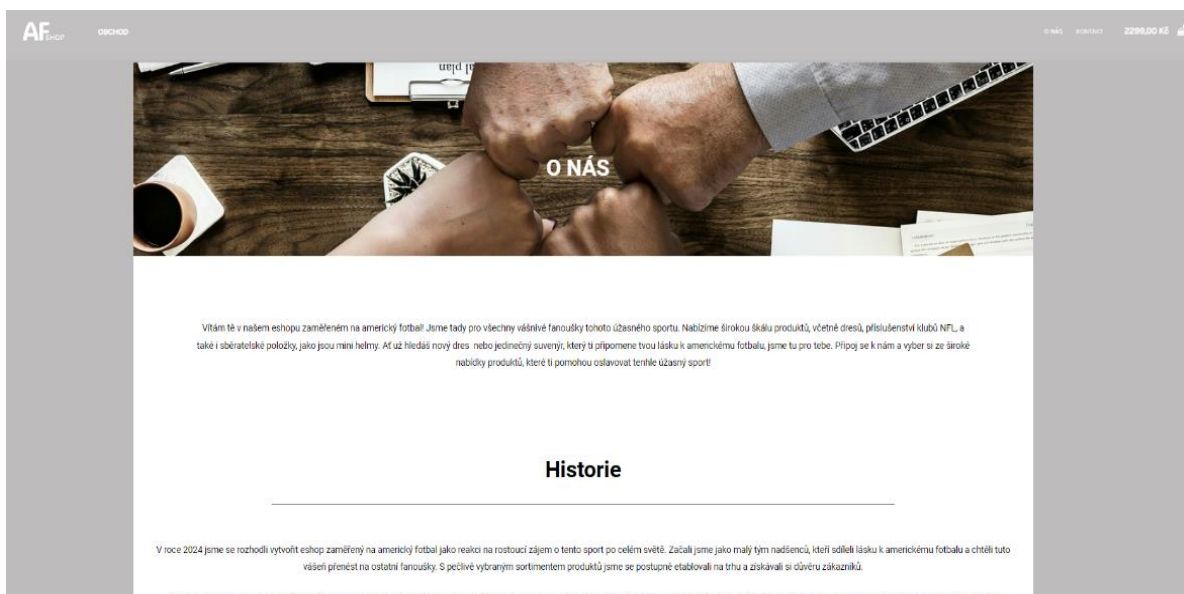
V současnosti je potřeba na toto téma klást velký důraz. Proto náš e-shop bude tyto data pečlivě hlídat. Toto téma bude více rozebráno v kategorii o zabezpečení.

Současně bude také požadován souhlas na všechny potřebné informace. Bude se jednat o souhlas s obchodními podmínkami, dále o souhlas, že zákazníkovi budou posílány reklamní sdělení a v poslední řadě souhlas se spravováním osobních údajů. Tyto údaje bude muset zákazník potvrdit i v případě, že bude zboží z jakéhokoliv důvodu vracet.

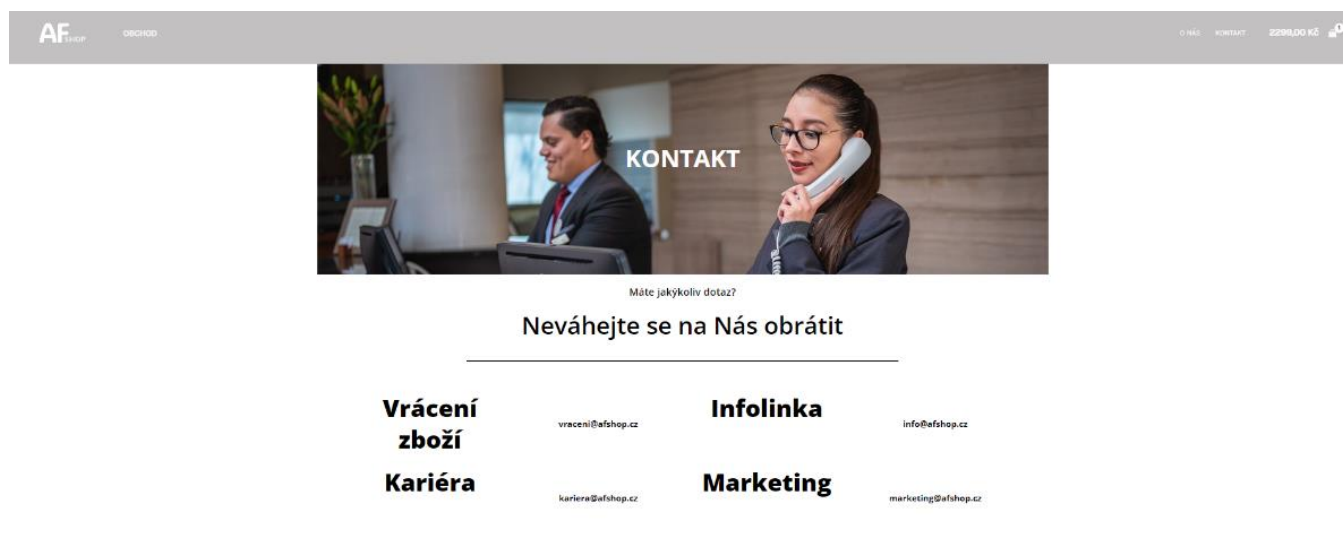
Údaje firmy se budou nacházet v zápatí na úvodní stránce a poté také v kategorii „O nás“. Bude se jednat o IČO, adresu, kontaktní údaje a sídlo společnosti.

### 5.2.8 Webová prezentace a kontakt

Samozřejmostí webu jsou také základní informace o firmě a kontakt. Tyto informace jsou rozděleny na dvě stránky, a to o nás a kontakt. Na první stránce se nachází stručný popis a historie firmy. Na druhé stránce se nachází všechny potřebné kontakty pro zákazníka, který by chtěl s firmou nějakým způsobem komunikovat.



Obrázek 13: E-shop – stránka s informacemi o podniku



Obrázek 14: E-shop – kontaktní údaje

## ZABEZPEČENÍ APLIKACE

V teoretické části jsou popsány typy nejčastějších útoků a možnosti, jak se s nimi vypořádat. Zde budou popsány konkrétní opatření, které bude používat náš e-shop.

### Zálohování dat a webu

Tento krok je nezbytný. Je potřeba mít kvalitní zálohu dat minimálně na dvou místech. První z nich bude Google drive, kam budou každý týden ukládány potřebná data. Jak už o zákaznících, tak o objednávkách. K tomu uložišti bude mít přístup pouze lidé, spravující e-shop. Samozřejmě bude dvoufázové ověřování a změna hesel po 2 měsících. Druhým místem, kam budu zálohovat data je pevný disk. Pro co nejlepší bezpečnost bude jedna záloha online a druhá off-line.

### Dodržování GDPR

Co je GDPR je podrobně rozvedeno v teoretické části. V praxi bude GDPR fungovat následovně. Zákazník při nákupu na e-shopu odsouhlasí, že souhlasí se zpracováním osobních údajů. Následně budou tyto údaje pečlivě uschovány pro případ dohledání dat o objednávce.

### Wordpress zabezpečení

Samozřejmě je instalace bezpečnostních pluginů. Jedná se konkrétně o Secure Wordpress. Tento plugin má za úkol zabránit nejčastějším hrozbám které můžou takový e-shop potkat. Dalším krokem je dvoufázové ověřování. Tento způsob nás bude informovat, kdyby se někdo snažil nám dostat do administrátorské části. [26]

Samozřejmě je také mít stáhnuté pouze ověřené pluginy a ne pluginy, o kterých nevíme, co můžou obsahovat.

### SSL protokol

Celým názvem Protocol Secure Sockets Layer. Jeho úkolem je zajistit, aby komunikace mezi klientem a serverem zůstala v soukromí a zajišťuje klientovi v případě potřeby ověřit identitu serveru. V praxi to znamená, že jsme změnili začátek adresy z http na https. Návštěvník webu to pozná už na první pohled a to tak, že v adrese uvidí zámek, který znázorňuje právě to, že daná stránka je zabezpečená [33]

## ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo vytvořit podnikatelský plán za použití nástrojů projekčního řízení a následně sestavení finančního plánu a dalších důležitých aspektů, které jsou potřeba při zakládání podniku. Dále pak vytvoření webové prezentace podniku spolu s internetovým obchodem.

V teoretické části byla zpracována literární rešerše. Dále byly popsány záležitosti spojené s projekčním řízením a také s americkým fotbalem. Jedná se konkrétně o pojmy spojené provozem a tvorbou elektronického obchodu a také zabezpečení takového obchodu proti útokům zvenčí.

V rámci praktické části byl také zpracován podnikatelský plán. Byly popsány všechny aspekty, které se v podnikatelském plánu nacházejí. První byly popsány základní informace o podniku. Následoval popis analýzy trhu, kde byly popsány všechny možné konkurence našeho podniku. Grafy v této části nám ukazují, jaké je množství návštěv konkurenčních e-shopů. V další části byl popsán marketingový plán. Konkrétně byly rozepsány všechny možnosti reklamy a propagace ale také cena a produkt. Mimo to je zde popsána možnost dopravy zboží z USA včetně platby cla a DPH. Následoval finanční plán. Celý se nachází v příloze. Jsou zde vypracovány dvě varianty. Pesimistická a optimistická. Obě verze počítají jak s náklady fixními, tak náklady variabilními. Je vypracován také cash flow obou variant. V příloze se pak nachází podrobný rozpis množství prodaného zboží, kalkulace cen a také více cla.

Dále byl vypracován trojimperativ projektu s třemi zásadními vrcholy. Kvalita, čas, náklady. Samostatnou kapitolou je také SWOT analýza. Byly popsány všechny silné a slabé stránky projektu a také možné hrozby a příležitosti. Tyto informace byly dány z důvodu přehlednosti do tabulky.

Následuje analýza rizik. V této kapitole se nachází přehledná tabulka, ve které jsem popsány všechny možná rizika, a to od nejpravděpodobnějších po ty méně pravděpodobné. Na řádku je vždy popsáno riziko a vedle něho procentuální vyjádření pravděpodobnosti a vyjádření pravděpodobnosti v celém čísle.

Bylo nutné také vytvořit časový harmonogram jednotlivých úkolů. K tomu byl použit Gattův diagram. Jednotlivé úkoly jsou zde seřazeny chronologicky za sebou. Byly jasně určeny,

jaké kroky navazují na úkony předchozí a u kterých není potřeba čekat na dokončení úkonu předchozího.

Byl vytvořen také logický rámec projektu. Byly popsány jednotlivé logické kroky chronologicky za sebou a k tomu také objektivně ověřitelné ukazatele, zdroje informací a také možná rizika k jednotlivým logickým krokům.

Další kapitola je zaměřena na tvorbu samotného e-shopu. Byly popsány jednotlivé kroky. Jedná se konkrétně o registraci domény a platbu webhostingu. Následuje úvodní stránka celého e-shopu. Poté je ukázána vizualizace samotného obchodu včetně ukázky produktu. Následuje ukázka webové prezentace obchodu a na závěr je popsán celý chod objednávacího procesu.

V poslední kapitole bylo myšleno na zabezpečení celého e-shopu. Byly popsány jednotlivé hrozby, ale také možnosti, jak se takovým hrozbám bránit.

Ze sestaveného podnikatelského plánu se všemi náležitosti vyplývá, že tento podnikatelský plán potažmo celý podnikatelský záměr je reálný, a je možné ho uskutečnit. Je však nutné myslet hlavně na velký finanční kapitál, který je důležitý hlavně z počátku provozu elektronického obchodu.



## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] SRPOVÁ, Jitka, 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada. ISBN 978-80-24741-03-1.
- [2] 15 kroků, jak sepsat podnikatelský plán, 2013. Online. Jobs.cz. Dostupné z: <https://www.jobs.cz/poradna/15-kroku-jak-sepsat-podnikatelsky-plan/>. [cit. 2024-02-27].
- [3] HISRICHT, Robert. D a PETERS, Michael P., 1996. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing. ISBN 808-58-65076.
- [4] *Co je marketing?* Online. Luciehejhalova.cz. Dostupné z: <https://luciehejhalova.cz/co-je-marketing/>. [cit. 2024-02-27].
- [5] *Marketing*. Online. Wikipedia.org. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Marketing>. [cit. 2024-02-27].
- [6] *Podnikatelský plán začínající firmy*, 2017. Diplomová. Praha.
- [7] *Co je to marketingový mix?* Online. Dostupné z: <https://www.upgates.cz/a/co-je-to-marketingovy-mix>. [cit. 2024-02-27].
- [8] *Distribuční kanál*. Online. Managementmania.com. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/distribucni-kanal-distribution-channel>. [cit. 2024-02-27].
- [9] HADRABA, Jaroslav, 2004. *Marketing produktový mix tvorba inovací produktů*. Plzeň: Aleš Čeněk. ISBN 80-86473-89-5.
- [10] *Finanční plán*. Online. Altaxo.cz. Dostupné z: <https://www.altaxo.cz/zacatek-podnikani/podnikatelsky-plan/financni-plan>. [cit. 2024-02-27].
- [11] *Analýza trhu*. Online. Altaxo.cz. Dostupné z: <https://www.altaxo.cz/zacatek-podnikani/priprava-na-podnikani/analyza-trhu>. [cit. 2024-02-27].
- [12] PŘIBOVÁ, Marie, 1998. *Analýza konkurence a trhu*. Praha: Grada. ISBN 807169536X.
- [13] KOZEL, Roman, 2006. *Moderní marketingový výzkum*. Druhé přepracované. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0966-X.
- [14] *Co je SWOT analýza a jak ji vypracovat*. Online. Generaliceskaprofi.cz. Dostupné z: <https://www.generaliceskaprofi.cz/ze-zivota/co-je-swot-analyza-a-jak-ji-vypracovat>. [cit. 2024-02-27].
- [15] *Riziko*. Online. Generaliceskaprofi.cz. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/risiko.aspx>. [cit. 2024-02-27].

- [16] *Harmonogram projektu*. Online. Managementmania.com. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/harmonogram-projektu>. [cit. 2024-02-27].
- [17] JEŽKOVÁ, Zuzana; KREJČÍ, Hana a LACKO, Branislav, 2014. *Projektové řízení – Jak zvládnout projekty*. Brno: ACSA. ISBN 978-80-905297-1-7.
- [18] *Logický rámeček – základní nástroj pro návrh projektu*. Online. Pmconsulting.cz. Dostupné z: <https://www.pmconsulting.cz/pm-wiki/logicky-ramec/>. [cit. 2024-02-27].
- [19] *Struktura podnikatelského plánu*. Online. Napadroku.cz. Dostupné z: <https://napadroku.cz/blog/struktura-podnikatelskeho-planu/>. [cit. 2024-02-27].
- [20] *Americký fotbal*. Online. Wikipedia.org. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Americk%C3%BD\\_fotbal](https://cs.wikipedia.org/wiki/Americk%C3%BD_fotbal). [cit. 2024-02-27].
- [21] *Co je projektové řízení a jak vám pomůže zvýšit efektivitu týmu*, 2022. Online. Freeloo.io. Dostupné z: <https://www.freeloo.io/cs/co-je-projektove-rizeni-a-jak-vam-pomuze-zvysit-efektivitu-tymu>. [cit. 2024-02-27].
- [22] *Jak zálohovat data v počítači*. Online. Premocz.eu. Dostupné z: <https://www.premocz.eu/zalohovani-dat>. [cit. 2024-02-27].
- [23] *Postup, jak založit s. r. o.* Online. Idoklad.cz. Dostupné z: <https://www.idoklad.cz/blog/postup-jak-zalozit-s-r-o-4-kroky-k-podnikani>. [cit. 2024-02-27].
- [24] PLEVA, Michal. Řízení projektů. Online. Article seminář č.9. Dostupné z: <https://michalpleva.cz/vyuka/a3rip/zs2018/seminare.htm>. [cit. 2024-02-28].
- [25] FIALA, Petr, 2008. *Řízení projektů*. Druhé přepracované. Praha: Nakladatelství Oeconomica. ISBN 9788024514130.
- [26] ŠESTÁKOVÁ, Lucie, 2010. *WordPress: vlastní web bez programování*. Brno: Computer press. ISBN 9788025138328.
- [27] *5 typů kyber-útoků na e-shopy a jak se jim bránit*, 2014. Online. Shopsys.cz. Dostupné z: <https://www.shopsys.cz/5-typu-kyber-utoku-na-e-shopy-a-jak-se-jim-branit/>. [cit. 2024-02-27].
- [28] *7 Zásad zabezpečení pro majitele e-shopů*, 2019. Online. Ppcprofits.cz. Dostupné z: <https://www.ppcprofits.cz/blog/7-zasad-zabezpeceni-pro-majitele-e-shopu>. [cit. 2024-02-27].
- [29] CELNÍ SPRÁVA ČESKÉ REPUBLIKY. *Clo*. Online. Wwww.celnisprava.cz. Dostupné z: <https://www.celnisprava.cz/cz/clo/Stranky/default.aspx>. [cit. 2024-03-04].

- [30] *Systém EU pro osvobození od cla*. Online. Eur-lex.europa.eu. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/CS/legal-content/summary/eu-customs-relief-system.html>. [cit. 2024-03-04].
- [31] *Systém EU pro osvobození od cla*. Online. Celnicka.cz. Dostupné z: <https://celnicka.cz/celni-prohlaseni>. [cit. 2024-03-04].
- [32] JANOUC, Viktor, 2010. Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích. Brno: Computer press. ISBN 978-80-25127-95-7.
- [33] Secure Sockets Layer (SSL) protocol, 2023. Online. Ibm.com. Dostupné z: <https://www.ibm.com/docs/en/ibm-http-server/9.0.5?topic=communications-secure-sockets-layer-ssl-protocol>. [cit. 2024-04-19].
- [34] *Swot analýza*. Online. In: Wikipedie. Dostupné z: <https://1url.cz/HMVFW>. [cit. 2024-05-24].
- [35] *Výpočet cla*. Online. In: Celnisprava.cz. Dostupné z: <https://www.celnisprava.cz/cz/aplikace/Stranky/taric-cz.aspx>. [cit. 2024-05-24].

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

DPH	Daň z přidané hodnoty
NFL	National Football League
USA	Spojené státy americké
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
PSC	Poštovní směrovací číslo
ČR	Česká republika
URL	Uniform Resource Locator
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
SQL	Structured Query Language
PHP	Hypertext Procesor
SMS	Short message service
GDPR	General Data Protection Regulation
SSD	Solid-state Drive
HDD	Hard Disk Drive
NAS	Network Attached Storage
ČAAF	Česká asociace amerického fotbalu
PPC	Pay-Per-Click
SSL	Protocol Secure Sockets Layer

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1: Trojimperativ projektu, tvorba vlastní .....	18
Obrázek 2: SWOT analýza, [34].....	19
Obrázek 3: Nákres Session hijacking; tvorba vlastní .....	25
Obrázek 4: Logo, tvorba vlastní .....	28
Obrázek 5: Výpočet cla, [35].....	34
Obrázek 6: Trojimperativ projektu 2, tvorba vlastní .....	41
Obrázek 7: E-shop – registrace domény .....	47
Obrázek 8: E-shop – webhosting .....	47
Obrázek 9: E-shop – úvodní stránka .....	48
Obrázek 10: E-shop – pohled do obchodu .....	49
Obrázek 11: E-shop – produkt .....	49
Obrázek 12: E-shop – objednávací formulář .....	50
Obrázek 13: E-shop – stránka s informacemi o podniku .....	51
Obrázek 14: E-shop – kontaktní údaje.....	52

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1: Hodnocení rizik, tvorba vlastní .....	21
Tabulka 2: Časový diagram, tvorba vlastní .....	21
Tabulka 3: Logický rámec, tvorba vlastní .....	22
Tabulka 4: První rok optimistická verze – finanční plán, tvorba vlastní .....	37
Tabulka 5: První rok pesimistická verze – finanční plán, tvorba vlastní.....	38
Tabulka 6: SWOT analýza podniku, tvorba vlastní.....	41
Tabulka 7: analýza rizik, tvorba vlastní.....	44
Tabulka 8: Gattův diagram, tvorba vlastní .....	45
Tabulka 9: Logický rámec, tvorba vlastní .....	46

**SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1: Původ zákazníků konkurence, tvorba vlastní .....	31
Graf 2: Analýza návštěvnosti konkurence, tvorba vlastní .....	32
Graf 3: Cash flow – optimistická verze, tvorba vlastní .....	39
Graf 4: Cash flow – pesimistická verze, tvorba vlastní .....	40

## SEZNAM PŘÍLOH

- PŘÍLOHA P I: Finanční plán optimistický – první rok
- PŘÍLOHA P II: Finanční plán optimistický – druhý rok
- PŘÍLOHA P III: Finanční plán pesimistický – druhý rok
- PŘÍLOHA P IV: Finanční plán pesimistický – druhý rok
- PŘÍLOHA P V: Odhad prodeje optimistický – v kusech za měsíc – první rok
- PŘÍLOHA P VI: Odhad prodeje optimistický – v kusech za měsíc – druhý rok
- PŘÍLOHA P VII: Odhad prodeje optimistický – nákupní ceny – první rok
- PŘÍLOHA P VIII: Odhad prodeje optimistický – nákupní ceny – druhý rok
- PŘÍLOHA P IX: Odhad prodeje optimistický – prodejní ceny – první rok
- PŘÍLOHA P X: Odhad prodeje optimistický – prodejní ceny – druhý rok
- PŘÍLOHA P XI: Kalkulace cen
- PŘÍLOHA P XII: Odhad prodeje pesimistický – v kusech za měsíc – první rok
- PŘÍLOHA P XIII: Odhad prodeje pesimistický – v kusech za měsíc – první rok
- PŘÍLOHA P XIV: Odhad prodeje pesimistický – nákupní ceny – první rok
- PŘÍLOHA P XV: Odhad prodeje pesimistický – nákupní ceny – druhý rok
- PŘÍLOHA P XVI: Odhad prodeje pesimistický – prodejní ceny – první rok
- PŘÍLOHA P XVII: Odhad prodeje pesimistický – prodejní ceny – druhý rok
- PŘÍLOHA P XVIII: Cash flow optimistický – první rok
- PŘÍLOHA P XIX: Cash flow optimistický – druhý rok
- PŘÍLOHA P XX: Cash flow pesimistický – první rok
- PŘÍLOHA P XXI: Cash flow pesimistický – druhý rok
- PŘÍLOHA P XXII: Export stránky z wordpressu



## PŘÍLOHA P I: FINANČNÍ PLÁN OPTIMISTICKÝ – PRVNÍ ROK

POČÁTEČNÍ NÁKLADY												
Ařshop												
VÝNOSY	KVĚTEN	ČERVEN	ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ	ŘÍJEN	LISTOPAD	PROSINEC	LEDEN	ÚNOR	BŘEZEN	DUBEN
Odhadovaný prodej produktů	144 069,00 Kč	144 651,00 Kč	154 942,00 Kč	152 685,00 Kč	152 685,00 Kč	205 638,00 Kč	132 897,00 Kč	132 897,00 Kč	250 036,00 Kč	249 040,00 Kč	251 156,00 Kč	253 436,00 Kč
Odborné poradenství	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč
Počáteční vklad	100 000,00 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
<b>Čistý prodej</b>	<b>154 069,00 Kč</b>	<b>154 651,00 Kč</b>	<b>164 942,00 Kč</b>	<b>162 685,00 Kč</b>	<b>162 685,00 Kč</b>	<b>215 638,00 Kč</b>	<b>142 897,00 Kč</b>	<b>142 897,00 Kč</b>	<b>260 036,00 Kč</b>	<b>259 040,00 Kč</b>	<b>261 156,00 Kč</b>	<b>263 436,00 Kč</b>
Náklady na prodané zboží	43 220,70 Kč	43 395,30 Kč	46 482,60 Kč	45 805,50 Kč	45 805,50 Kč	61 691,40 Kč	39 869,10 Kč	39 869,10 Kč	75 010,80 Kč	74 712,00 Kč	75 346,80 Kč	76 030,80 Kč
<b>Hrubý zisk</b>	<b>110 848,30 Kč</b>	<b>111 255,70 Kč</b>	<b>118 459,40 Kč</b>	<b>116 879,50 Kč</b>	<b>116 879,50 Kč</b>	<b>153 946,60 Kč</b>	<b>103 027,90 Kč</b>	<b>103 027,90 Kč</b>	<b>185 025,20 Kč</b>	<b>184 328,00 Kč</b>	<b>185 809,20 Kč</b>	<b>187 405,20 Kč</b>
NÁKLADY	KVĚTEN	ČERVEN	ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ	ŘÍJEN	LISTOPAD	PROSINEC	LEDEN	ÚNOR	BŘEZEN	DUBEN
Výdaje na pořízení zboží	64 553,00 Kč	64 895,00 Kč	69 176,00 Kč	68 099,00 Kč	68 099,00 Kč	91 760,00 Kč	59 570,00 Kč	59 570,00 Kč	110 402,00 Kč	110 006,00 Kč	110 962,00 Kč	111 378,00 Kč
Clo	4 068,00 Kč	4 068,00 Kč	4 068,00 Kč	4 068,00 Kč	4 068,00 Kč	5 424,00 Kč	3 644,00 Kč	3 644,00 Kč	7 458,00 Kč	7 458,00 Kč	7 458,00 Kč	7 458,00 Kč
Mobilní operátor	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč
Účetní	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč
Odměna jednatele	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč
Brigádník na DPP	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Marketing/Reklama	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč
Energie	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč
Nájem	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč
Webhosting+ doména	349,00 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Náklady na poštovní+ doprava	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč
Jednorázové výdaje	5 100,00 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
<b>Celkové výdaje</b>	<b>98 292,00 Kč</b>	<b>93 185,00 Kč</b>	<b>97 466,00 Kč</b>	<b>96 389,00 Kč</b>	<b>96 389,00 Kč</b>	<b>121 406,00 Kč</b>	<b>87 436,00 Kč</b>	<b>87 436,00 Kč</b>	<b>142 082,00 Kč</b>	<b>141 686,00 Kč</b>	<b>142 642,00 Kč</b>	<b>143 058,00 Kč</b>
<b>Přjem před zdaněním</b>	<b>12 556,30 Kč</b>	<b>18 070,70 Kč</b>	<b>20 993,40 Kč</b>	<b>20 490,50 Kč</b>	<b>20 490,50 Kč</b>	<b>32 540,60 Kč</b>	<b>15 591,90 Kč</b>	<b>15 591,90 Kč</b>	<b>42 943,20 Kč</b>	<b>42 642,00 Kč</b>	<b>43 167,20 Kč</b>	<b>44 347,20 Kč</b>
<b>Daňové náklady – daň z příjmu</b>	<b>1 883,45 Kč</b>	<b>2 710,61 Kč</b>	<b>3 149,01 Kč</b>	<b>3 073,58 Kč</b>	<b>3 073,58 Kč</b>	<b>4 881,09 Kč</b>	<b>2 338,79 Kč</b>	<b>2 338,79 Kč</b>	<b>6 441,48 Kč</b>	<b>6 396,30 Kč</b>	<b>6 475,08 Kč</b>	<b>6 652,08 Kč</b>
<b>ČISTÝ PŘÍJEM</b>	<b>10 672,86 Kč</b>	<b>15 360,10 Kč</b>	<b>17 844,39 Kč</b>	<b>17 416,93 Kč</b>	<b>17 416,93 Kč</b>	<b>27 659,51 Kč</b>	<b>13 253,12 Kč</b>	<b>13 253,12 Kč</b>	<b>36 501,72 Kč</b>	<b>36 245,70 Kč</b>	<b>36 692,12 Kč</b>	<b>37 695,12 Kč</b>

## PŘÍLOHA P II: FINANČNÍ PLÁN OPTIMISTICKÝ – DRUHÝ ROK

POČÁTEČNÍ NÁKLADY														
Ařshop														
VÝNOSY	KVĚTEN2	ČERVEN2	ČERVENEC2	SRPEN2	ZÁŘÍ2	ŘÍJEN2	LISTOPAD2	PROSINEC2	LEDEN2	ÚNOR2	BŘEZEN2	DUBEN2	ZA DVA ROKY	ZA PRVNÍ ROK
Odhadovaný prodej produktů	301 290,00 Kč	331 203,00 Kč	356 208,00 Kč	377 515,00 Kč	424 267,00 Kč	460 508,00 Kč	463 106,00 Kč	570 190,00 Kč	510 684,00 Kč	509 632,00 Kč	508 072,00 Kč	517 696,00 Kč	7 554 503,00 Kč	2 224 132,00 Kč
Odborné poradenství	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	240 000,00 Kč	120 000,00 Kč
Počáteční vklad	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	100 000,00 Kč	100 000,00 Kč
<b>Čistý prodej</b>	<b>311 290,00 Kč</b>	<b>341 203,00 Kč</b>	<b>366 208,00 Kč</b>	<b>387 515,00 Kč</b>	<b>434 267,00 Kč</b>	<b>470 508,00 Kč</b>	<b>473 106,00 Kč</b>	<b>580 190,00 Kč</b>	<b>520 684,00 Kč</b>	<b>519 632,00 Kč</b>	<b>518 072,00 Kč</b>	<b>527 696,00 Kč</b>	<b>7 794 503,00 Kč</b>	<b>2 344 132,00 Kč</b>
Náklady na prodané zboží	90 387,00 Kč	99 360,90 Kč	106 862,40 Kč	113 254,50 Kč	127 280,10 Kč	138 152,40 Kč	138 931,80 Kč	171 057,00 Kč	153 205,20 Kč	152 889,60 Kč	152 421,60 Kč	155 308,80 Kč	2 266 350,90 Kč	667 239,60 Kč
<b>Hrubý zisk</b>	<b>220 903,00 Kč</b>	<b>241 842,10 Kč</b>	<b>259 345,60 Kč</b>	<b>274 260,50 Kč</b>	<b>306 986,90 Kč</b>	<b>332 355,60 Kč</b>	<b>334 174,20 Kč</b>	<b>409 133,00 Kč</b>	<b>367 478,80 Kč</b>	<b>366 742,40 Kč</b>	<b>365 650,40 Kč</b>	<b>372 387,20 Kč</b>	<b>5 528 152,10 Kč</b>	<b>1 676 892,40 Kč</b>
NÁKLADY	KVĚTEN2	ČERVEN2	ČERVENEC2	SRPEN2	ZÁŘÍ2	ŘÍJEN2	LISTOPAD2	PROSINEC2	LEDEN2	ÚNOR12	BŘEZEN2	DUBEN2	ZA DVA ROKY	ZA PRVNÍ ROK
Výdaje na pořízení zboží	132 563,00 Kč	145 722,00 Kč	157 080,00 Kč	166 526,00 Kč	187 158,00 Kč	203 508,00 Kč	203 604,00 Kč	250 150,00 Kč	224 788,00 Kč	223 022,00 Kč	222 242,00 Kč	226 280,00 Kč	3 331 113,00 Kč	988 470,00 Kč
Člo	8 390,00 Kč	9 746,00 Kč	10 170,00 Kč	10 932,00 Kč	11 610,00 Kč	12 712,00 Kč	13 560,00 Kč	16 272,00 Kč	14 068,00 Kč	14 068,00 Kč	14 068,00 Kč	14 576,00 Kč	213 056,00 Kč	62 884,00 Kč
Mobilní operátor	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	10 128,00 Kč	5 064,00 Kč
Účetní	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	36 000,00 Kč	18 000,00 Kč
Odměna jednatele	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	240 000,00 Kč	120 000,00 Kč
Brigádník na DPP	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	118 800,00 Kč	- Kč
Marketing/Reklama	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	48 000,00 Kč	24 000,00 Kč
Energie	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	19 200,00 Kč	9 600,00 Kč
Nájem	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	36 000,00 Kč	18 000,00 Kč
Webhosting+ doména	349,00 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	698,00 Kč	349,00 Kč
Náklady na poštovní+ doprava	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	192 000,00 Kč	96 000,00 Kč
Jednorázové výdaje	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	5 100,00 Kč	5 100,00 Kč
<b>Celkové výdaje</b>	<b>175 424,00 Kč</b>	<b>189 590,00 Kč</b>	<b>201 372,00 Kč</b>	<b>211 580,00 Kč</b>	<b>232 890,00 Kč</b>	<b>250 342,00 Kč</b>	<b>251 286,00 Kč</b>	<b>300 544,00 Kč</b>	<b>272 978,00 Kč</b>	<b>271 212,00 Kč</b>	<b>270 432,00 Kč</b>	<b>274 978,00 Kč</b>	<b>4 250 095,00 Kč</b>	<b>1 347 467,00 Kč</b>
<b>Příjem před zdaněním</b>	<b>45 479,00 Kč</b>	<b>52 252,10 Kč</b>	<b>57 973,60 Kč</b>	<b>62 680,50 Kč</b>	<b>74 096,90 Kč</b>	<b>82 013,60 Kč</b>	<b>82 888,20 Kč</b>	<b>108 589,00 Kč</b>	<b>94 500,80 Kč</b>	<b>95 530,40 Kč</b>	<b>95 218,40 Kč</b>	<b>97 409,20 Kč</b>	<b>1 278 057,10 Kč</b>	<b>329 425,40 Kč</b>
<b>Daňové náklady – daň z příjmu</b>	<b>6 821,85 Kč</b>	<b>7 837,82 Kč</b>	<b>8 696,04 Kč</b>	<b>9 402,08 Kč</b>	<b>11 114,54 Kč</b>	<b>12 302,04 Kč</b>	<b>12 433,23 Kč</b>	<b>16 288,35 Kč</b>	<b>14 175,12 Kč</b>	<b>14 329,56 Kč</b>	<b>14 282,76 Kč</b>	<b>14 611,38 Kč</b>	<b>191 708,57 Kč</b>	<b>49 413,81 Kč</b>
<b>ČISTÝ PŘÍJEM</b>	<b>38 657,15 Kč</b>	<b>44 414,29 Kč</b>	<b>49 277,56 Kč</b>	<b>53 278,43 Kč</b>	<b>62 982,37 Kč</b>	<b>69 711,56 Kč</b>	<b>70 454,97 Kč</b>	<b>92 300,65 Kč</b>	<b>80 325,68 Kč</b>	<b>81 200,84 Kč</b>	<b>80 935,64 Kč</b>	<b>82 797,82 Kč</b>	<b>1 086 348,54 Kč</b>	<b>280 011,59 Kč</b>

## PŘÍLOHA P III: FINANČNÍ PLÁN PESIMISTICKÝ – DRUHÝ ROK

POČÁTEČNÍ NÁKLADY												
Afshop												
VÝNOSY	KVĚTEN	ČERVEN	ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ	ŘÍJEN	LISTOPAD	PROSINEC	LEDEN	ÚNOR	BŘEZEN	DUBEN
Odhadovaný prodej produktů	91 176,00 Kč	94 293,00 Kč	116 045,00 Kč	104 669,00 Kč	112 696,00 Kč	118 193,00 Kč	100 395,00 Kč	144 321,00 Kč	102 453,00 Kč	116 057,00 Kč	119 558,00 Kč	166 464,00 Kč
Odborné poradenství	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč
Počáteční vklad	100 000,00 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
<b>Čistý prodej</b>	101 176,00 Kč	104 293,00 Kč	126 045,00 Kč	114 669,00 Kč	122 696,00 Kč	128 193,00 Kč	110 395,00 Kč	154 321,00 Kč	112 453,00 Kč	126 057,00 Kč	129 558,00 Kč	176 464,00 Kč
Náklady na prodané zboží	27 352,80 Kč	28 287,90 Kč	34 813,50 Kč	31 400,70 Kč	33 808,80 Kč	35 457,90 Kč	30 118,50 Kč	43 296,30 Kč	30 735,90 Kč	34 817,10 Kč	35 867,40 Kč	49 939,20 Kč
<b>Hrubý zisk</b>	<b>73 823,20 Kč</b>	<b>76 005,10 Kč</b>	<b>91 231,50 Kč</b>	<b>83 268,30 Kč</b>	<b>88 887,20 Kč</b>	<b>92 735,10 Kč</b>	<b>80 276,50 Kč</b>	<b>111 024,70 Kč</b>	<b>81 717,10 Kč</b>	<b>91 239,90 Kč</b>	<b>93 690,60 Kč</b>	<b>126 524,80 Kč</b>
NÁKLADY	KVĚTEN	ČERVEN	ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ	ŘÍJEN	LISTOPAD	PROSINEC	LEDEN	ÚNOR	BŘEZEN	DUBEN
Výdaje na pořízení zboží	40 948,00 Kč	42 481,00 Kč	51 659,00 Kč	46 522,00 Kč	49 972,00 Kč	52 307,00 Kč	44 830,00 Kč	64 682,00 Kč	45 808,00 Kč	51 569,00 Kč	52 897,00 Kč	73 561,00 Kč
Čl	2 712,00 Kč	2 712,00 Kč	3 390,00 Kč	2 966,00 Kč	3 390,00 Kč	3 390,00 Kč	2 118,00 Kč	2 796,00 Kč	2 118,00 Kč	2 542,00 Kč	2 966,00 Kč	4 322,00 Kč
Účetní	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč
Mobilní operátor	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč
Odměna jednatele	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč
brigádník na DPP	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Marketing/Reklama	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč
Energie	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč
Nájem	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč
Webhosting+ doména	349,00 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Mobilní operátor	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč
Náklady na poštovní + doprava	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč
Jednorázové výdaje	5 100,00 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
<b>Celkové výdaje</b>	<b>73 751,00 Kč</b>	<b>69 835,00 Kč</b>	<b>79 691,00 Kč</b>	<b>74 130,00 Kč</b>	<b>78 004,00 Kč</b>	<b>80 339,00 Kč</b>	<b>71 590,00 Kč</b>	<b>92 120,00 Kč</b>	<b>72 568,00 Kč</b>	<b>78 753,00 Kč</b>	<b>80 505,00 Kč</b>	<b>102 525,00 Kč</b>
<b>Příjem před zdaněním</b>	<b>72,20 Kč</b>	<b>6 170,10 Kč</b>	<b>11 540,50 Kč</b>	<b>9 138,30 Kč</b>	<b>10 883,20 Kč</b>	<b>12 396,10 Kč</b>	<b>8 686,50 Kč</b>	<b>18 904,70 Kč</b>	<b>9 149,10 Kč</b>	<b>12 486,90 Kč</b>	<b>13 185,60 Kč</b>	<b>23 999,80 Kč</b>
<b>Daňové náklady – daň z příjmu</b>	<b>10,83 Kč</b>	<b>925,52 Kč</b>	<b>1 731,08 Kč</b>	<b>1 370,75 Kč</b>	<b>1 632,48 Kč</b>	<b>1 859,42 Kč</b>	<b>1 302,98 Kč</b>	<b>2 835,71 Kč</b>	<b>1 372,37 Kč</b>	<b>1 873,04 Kč</b>	<b>1 977,84 Kč</b>	<b>3 599,97 Kč</b>
<b>ČISTÝ PŘÍJEM</b>	<b>61,37 Kč</b>	<b>5 244,59 Kč</b>	<b>9 809,43 Kč</b>	<b>7 767,56 Kč</b>	<b>9 250,72 Kč</b>	<b>10 536,69 Kč</b>	<b>7 383,53 Kč</b>	<b>16 069,00 Kč</b>	<b>7 776,74 Kč</b>	<b>10 613,87 Kč</b>	<b>11 207,76 Kč</b>	<b>20 399,83 Kč</b>

## PŘÍLOHA P IV: FINANČNÍ PLÁN PESIMISTICKÝ – DRUHÝ ROK

POČÁTEČNÍ NÁKLADY														
Ařshop														
VÝNOSY	KVĚTEN2	ČERVEN2	ČERVENEC2	SRPEN2	ZÁŘÍ2	ŘÍJEN2	LISTOPAD2	PROSINEC2	LEDEN2	ÚNOR2	BŘEZEN2	DUBEN2	ZA DVA ROKY	ZA PRVNÍ ROK
Odhadovaný prodej produktů	119 459,00 Kč	119 459,00 Kč	111 222,00 Kč	112 321,00 Kč	114 819,00 Kč	133 551,00 Kč	137 408,00 Kč	184 006,00 Kč	142 214,00 Kč	142 214,00 Kč	153 541,00 Kč	168 934,00 Kč	3 025 468,00 Kč	1 386 320,00 Kč
Odborné poradenství	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	240 000,00 Kč	120 000,00 Kč
Počáteční vklad	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	100 000,00 Kč	100 000,00 Kč
<b>Čistý prodej</b>	<b>129 459,00 Kč</b>	<b>129 459,00 Kč</b>	<b>121 222,00 Kč</b>	<b>122 321,00 Kč</b>	<b>124 819,00 Kč</b>	<b>143 551,00 Kč</b>	<b>147 408,00 Kč</b>	<b>194 006,00 Kč</b>	<b>152 214,00 Kč</b>	<b>152 214,00 Kč</b>	<b>163 541,00 Kč</b>	<b>178 934,00 Kč</b>	<b>3 265 468,00 Kč</b>	<b>1 506 320,00 Kč</b>
Náklady na prodané zboží	35 837,70 Kč	35 837,70 Kč	33 366,60 Kč	33 696,30 Kč	34 445,70 Kč	40 065,30 Kč	41 222,40 Kč	55 201,80 Kč	42 664,20 Kč	42 664,20 Kč	46 062,30 Kč	50 680,20 Kč	907 640,40 Kč	388 543,20 Kč
<b>Hrubý zisk</b>	<b>93 621,30 Kč</b>	<b>93 621,30 Kč</b>	<b>87 855,40 Kč</b>	<b>88 624,70 Kč</b>	<b>90 373,30 Kč</b>	<b>103 485,70 Kč</b>	<b>106 185,60 Kč</b>	<b>138 804,20 Kč</b>	<b>109 549,80 Kč</b>	<b>109 549,80 Kč</b>	<b>117 478,70 Kč</b>	<b>128 253,80 Kč</b>	<b>2 357 827,60 Kč</b>	<b>1 016 600,80 Kč</b>
NÁKLADY	KVĚTEN2	ČERVEN2	ČERVENEC2	SRPEN2	ZÁŘÍ2	ŘÍJEN2	LISTOPAD2	PROSINEC2	LEDEN2	ÚNOR12	BŘEZEN2	DUBEN2	ZA DVA ROKY	ZA PRVNÍ ROK
Výdaje na pořízení zboží	52 550,00 Kč	52 550,00 Kč	48 852,00 Kč	49 008,00 Kč	50 180,00 Kč	58 364,00 Kč	60 177,00 Kč	80 687,00 Kč	62 278,00 Kč	62 278,00 Kč	67 258,00 Kč	74 016,00 Kč	1 335 434,00 Kč	617 236,00 Kč
Clb	2 966,00 Kč	2 966,00 Kč	2 966,00 Kč	2 966,00 Kč	2 966,00 Kč	3 644,00 Kč	3 644,00 Kč	5 000,00 Kč	3 644,00 Kč	3 644,00 Kč	3 898,00 Kč	4 322,00 Kč	78 048,00 Kč	35 422,00 Kč
Účetní	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	36 000,00 Kč	18 000,00 Kč
Mobilní operátor	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	422,00 Kč	10 128,00 Kč	5 064,00 Kč
Odměna jednatele	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	10 000,00 Kč	240 000,00 Kč	120 000,00 Kč
brigádník na DPP	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	9 900,00 Kč	118 800,00 Kč	- Kč
Marketing/Reklama	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	2 000,00 Kč	48 000,00 Kč	24 000,00 Kč
Energie	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	800,00 Kč	19 200,00 Kč	38 400,00 Kč
Nájem	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	1 500,00 Kč	36 000,00 Kč	18 000,00 Kč
Webhosting+ doména	349,00 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	698,00 Kč	349,00 Kč
Mobilní operátor	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	420,00 Kč	10 080,00 Kč	5 040,00 Kč
Náklady na poštovní + doprava	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	8 000,00 Kč	192 000,00 Kč	96 000,00 Kč
Jednorázové výdaje	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	5 100,00 Kč	5 100,00 Kč
<b>Celkové výdaje</b>	<b>90 407,00 Kč</b>	<b>90 058,00 Kč</b>	<b>86 360,00 Kč</b>	<b>86 516,00 Kč</b>	<b>87 688,00 Kč</b>	<b>96 550,00 Kč</b>	<b>98 363,00 Kč</b>	<b>120 229,00 Kč</b>	<b>100 464,00 Kč</b>	<b>100 464,00 Kč</b>	<b>105 698,00 Kč</b>	<b>112 880,00 Kč</b>	<b>2 129 488,00 Kč</b>	<b>953 811,00 Kč</b>
<b>Příjem před zdaněním</b>	<b>3 214,30 Kč</b>	<b>3 563,30 Kč</b>	<b>1 495,40 Kč</b>	<b>2 108,70 Kč</b>	<b>2 685,30 Kč</b>	<b>6 935,70 Kč</b>	<b>7 822,60 Kč</b>	<b>18 575,20 Kč</b>	<b>9 085,80 Kč</b>	<b>9 085,80 Kč</b>	<b>11 780,70 Kč</b>	<b>15 373,80 Kč</b>	<b>228 339,60 Kč</b>	<b>136 613,00 Kč</b>
<b>Daňové náklady – daň z příjmu</b>	<b>482,15 Kč</b>	<b>534,50 Kč</b>	<b>224,31 Kč</b>	<b>316,31 Kč</b>	<b>402,80 Kč</b>	<b>1 040,36 Kč</b>	<b>1 173,39 Kč</b>	<b>2 786,28 Kč</b>	<b>1 362,87 Kč</b>	<b>1 362,87 Kč</b>	<b>1 767,11 Kč</b>	<b>2 306,07 Kč</b>	<b>34 250,94 Kč</b>	<b>20 491,95 Kč</b>
<b>ČISTÝ PŘÍJEM</b>	<b>2 732,16 Kč</b>	<b>3 028,81 Kč</b>	<b>1 271,09 Kč</b>	<b>1 792,40 Kč</b>	<b>2 282,51 Kč</b>	<b>5 895,35 Kč</b>	<b>6 649,21 Kč</b>	<b>15 788,92 Kč</b>	<b>7 722,93 Kč</b>	<b>7 722,93 Kč</b>	<b>10 013,60 Kč</b>	<b>13 067,73 Kč</b>	<b>194 088,66 Kč</b>	<b>116 121,05 Kč</b>

## PŘÍLOHA P V: ODHAD PRODEJE OPTIMISTICKÝ – V KUSECH ZA MĚSÍC – PRVNÍ ROK

Položka		Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - č	4	4	6	6	6	8	4	4	10	10	10	12
2	FRG -03 (Barnett) - b	4	4	6	6	6	8	4	4	10	10	10	12
3	Grip Boost Peace Ste	13	13	13	13	13	16	11	11	18	18	18	18
4	Grip Boost Peace Ste	8	8	9	8	8	10	7	7	12	12	12	12
5	Nike Alpha Menace F	6	6	6	6	6	8	6	6	11	11	11	11
6	Nike Vapor Edge Spe	6	6	6	6	6	8	5	5	11	11	11	11
7	CMS-01 Pásek ke ka	5	4	5	4	4	4	3	3	10	8	10	8
8	CMS-01 Pásek ke ka	5	4	5	4	4	4	3	3	10	8	10	8
9	Ohřívač rukou - čern	1	3	3	4	4	6	5	5	3	3	3	3
10	Treninkový dres - bíl	3	3	3	3	3	5	3	3	8	8	8	8
11	Treninkový dres - čer	3	3	3	3	3	5	3	3	8	8	8	4
12	Treninkový dres - čer	2	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4
13	Wilson NFL Field To	6	6	6	6	6	8	4	4	4	4	6	6
14	Aletické návleky - bíl	4	4	5	5	5	8	4	4	8	8	8	8
15	Aletické návleky - čer	4	4	5	5	5	8	4	4	8	8	8	8
16	New York Jets New J	3	3	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4
17	Kansas City Chiefs N	3	3	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4
18	NFL New Era 2023 C	2	2	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4
19	New England Patriots	3	3	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4
20	San Francisco 49rs R	3	3	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4

## PŘÍLOHA P VI: ODHAD PRODEJE OPTIMISTICKÝ – V KUSECH ZA MĚSÍC – DRUHÝ ROK

Položka		Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - č	15	15	16	16	20	20	20	28	24	30	30	32
2	FRG -03 (Barnett) - b	15	15	16	16	20	20	20	26	24	26	26	26
3	Grip Boost Peace Ste	20	22	22	22	26	28	26	28	30	28	28	28
4	Grip Boost Peace Ste	15	18	20	22	24	26	24	28	28	26	26	28
5	Nike Alpha Menace P	13	15	15	18	19	20	20	24	22	22	22	24
6	Nike Vapor Edge Spe	12	14	15	15	16	18	20	24	20	20	20	20
7	CMS-01 Pásek ke ka	8	10	8	8	10	12	10	12	14	12	12	10
8	CMS-01 Pásek ke ka	8	8	8	8	10	12	10	12	14	12	12	12
9	Ohřívač rukou - čern	4	2	2	2	4	8	10	10	8	10	10	10
10	Treninkový dres - bíl	8	8	10	10	12	12	8	14	12	12	12	12
11	Treninkový dres - čer	8	8	10	10	12	12	8	14	12	12	12	12
12	Treninkový dres - čer	4	4	4	4	5	5	5	8	5	8	6	10
13	Wilson NFL Field To	8	8	8	10	10	10	6	10	10	12	12	12
14	Aletické návleky - bíl	10	8	10	12	14	14	14	18	12	12	12	12
15	Aletické návleky - čer	10	8	10	12	14	14	14	18	12	12	12	12
16	New York Jets New	6	6	8	9	10	12	14	18	14	12	12	10
17	Kansas City Chiefs N	6	6	8	9	10	12	14	18	14	12	12	10
18	NFL New Era 2023 C	6	6	8	9	10	12	14	18	14	12	12	10
19	New England Patriots	6	6	8	9	10	12	14	18	14	12	12	10
20	San Francisco 49rs R	6	6	8	9	10	12	14	18	14	12	12	10

## PŘÍLOHA P VII: ODHAD PRODEJE OPTIMISTICKÝ – NÁKUPNÍ CENY – PRVNÍ ROK

Položka	Nákupní cena	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - č	2 372 Kč	2 372 Kč	3 558 Kč	3 558 Kč	3 558 Kč	4 744 Kč	2 372 Kč	2 372 Kč	5 930 Kč	5 930 Kč	5 930 Kč	7 116 Kč
2	FRG -03 (Barnett) - l	2 372 Kč	2 372 Kč	3 558 Kč	3 558 Kč	3 558 Kč	4 744 Kč	2 372 Kč	2 372 Kč	5 930 Kč	5 930 Kč	5 930 Kč	7 116 Kč
3	Grip Boost Peace Ste	14 937 Kč	14 937 Kč	14 937 Kč	14 937 Kč	14 937 Kč	18 384 Kč	12 639 Kč	12 639 Kč	20 682 Kč	20 682 Kč	20 682 Kč	20 682 Kč
4	Grip Boost Peace Ste	9 192 Kč	9 192 Kč	10 341 Kč	9 192 Kč	9 192 Kč	11 490 Kč	8 043 Kč	8 043 Kč	13 788 Kč	13 788 Kč	13 788 Kč	13 788 Kč
5	Nike Alpha Menace F	8 940 Kč	8 940 Kč	8 940 Kč	8 940 Kč	8 940 Kč	11 920 Kč	8 940 Kč	8 940 Kč	16 390 Kč	16 390 Kč	16 390 Kč	16 390 Kč
6	Nike Vapor Edge Spe	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč	20 000 Kč	12 500 Kč	12 500 Kč	27 500 Kč	27 500 Kč	27 500 Kč	27 500 Kč
7	CMS-01 Pásek ke ka	495 Kč	396 Kč	495 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	297 Kč	297 Kč	990 Kč	792 Kč	990 Kč	792 Kč
8	CMS-01 Pásek ke ka	495 Kč	396 Kč	495 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	297 Kč	297 Kč	990 Kč	792 Kč	990 Kč	792 Kč
9	Ohřívač rukou - čern	270 Kč	810 Kč	810 Kč	1 080 Kč	1 080 Kč	1 620 Kč	1 350 Kč	1 350 Kč	810 Kč	810 Kč	810 Kč	810 Kč
10	Treninkový dres - bíl	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 950 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč
11	Treninkový dres - čer	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 950 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč	1 560 Kč
12	Treninkový dres - čer	780 Kč	780 Kč	780 Kč	780 Kč	780 Kč	1 560 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč
13	Wilson NFL Field To	1 680 Kč	1 680 Kč	1 680 Kč	1 680 Kč	1 680 Kč	2 240 Kč	1 120 Kč	1 120 Kč	1 120 Kč	1 120 Kč	1 680 Kč	1 680 Kč
14	Aletické návleky - bíl	224 Kč	224 Kč	280 Kč	280 Kč	280 Kč	448 Kč	224 Kč	224 Kč	448 Kč	448 Kč	448 Kč	448 Kč
15	Aletické návleky - čer	224 Kč	224 Kč	280 Kč	280 Kč	280 Kč	448 Kč	224 Kč	224 Kč	448 Kč	448 Kč	448 Kč	448 Kč
16	New York Jets New	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 805 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč
17	Kansas City Chiefs N	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 805 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč
18	NFL New Era 2023 C	900 Kč	900 Kč	1 350 Kč	1 350 Kč	1 350 Kč	2 250 Kč	1 350 Kč	1 350 Kč	1 800 Kč	1 800 Kč	1 800 Kč	1 800 Kč
19	New England Patriots	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 805 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč
20	San Francisco 49rs R	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 805 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč
	<b>celkem</b>	<b>64 553 Kč</b>	<b>64 895 Kč</b>	<b>69 176 Kč</b>	<b>68 099 Kč</b>	<b>68 099 Kč</b>	<b>91 760 Kč</b>	<b>59 570 Kč</b>	<b>59 570 Kč</b>	<b>110 402 Kč</b>	<b>110 006 Kč</b>	<b>110 962 Kč</b>	<b>111 378 Kč</b>

## PŘÍLOHA P VIII: ODHAD PRODEJE OPTIMISTICKÝ – NÁKUPNÍ CENY – DRUHÝ ROK

Položka	Nákupní cena	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - č	8 895 Kč	8 895 Kč	9 488 Kč	9 488 Kč	11 860 Kč	11 860 Kč	11 860 Kč	16 604 Kč	14 232 Kč	17 790 Kč	17 790 Kč	18 976 Kč
2	FRG -03 (Barnett) - b	8 895 Kč	8 895 Kč	9 488 Kč	9 488 Kč	11 860 Kč	11 860 Kč	11 860 Kč	15 418 Kč	14 232 Kč	15 418 Kč	15 418 Kč	15 418 Kč
3	Grip Boost Peace Ste	22 980 Kč	25 278 Kč	25 278 Kč	25 278 Kč	29 874 Kč	32 172 Kč	29 874 Kč	32 172 Kč	34 470 Kč	32 172 Kč	32 172 Kč	32 172 Kč
4	Grip Boost Peace Ste	17 235 Kč	20 682 Kč	22 980 Kč	25 278 Kč	27 576 Kč	29 874 Kč	27 576 Kč	32 172 Kč	32 172 Kč	29 874 Kč	29 874 Kč	32 172 Kč
5	Nike Alpha Menace F	19 370 Kč	22 350 Kč	22 350 Kč	26 820 Kč	28 310 Kč	29 800 Kč	29 800 Kč	35 760 Kč	32 780 Kč	32 780 Kč	32 780 Kč	35 760 Kč
6	Nike Vapor Edge Spe	30 000 Kč	35 000 Kč	37 500 Kč	37 500 Kč	40 000 Kč	45 000 Kč	50 000 Kč	60 000 Kč	50 000 Kč	50 000 Kč	50 000 Kč	50 000 Kč
7	CMS-01 Pásek ke ka	792 Kč	990 Kč	792 Kč	792 Kč	990 Kč	1 188 Kč	990 Kč	1 188 Kč	1 386 Kč	1 188 Kč	1 188 Kč	990 Kč
8	CMS-01 Pásek ke ka	792 Kč	792 Kč	792 Kč	792 Kč	990 Kč	1 188 Kč	990 Kč	1 188 Kč	1 386 Kč	1 188 Kč	1 188 Kč	1 188 Kč
9	Ohříváč rukou - čern	1 080 Kč	540 Kč	540 Kč	540 Kč	1 080 Kč	2 160 Kč	2 700 Kč	2 700 Kč	2 160 Kč	2 700 Kč	2 700 Kč	2 700 Kč
10	Treninkový dres - bíl	3 120 Kč	3 120 Kč	3 900 Kč	3 900 Kč	4 680 Kč	4 680 Kč	3 120 Kč	5 460 Kč	4 680 Kč	4 680 Kč	4 680 Kč	4 680 Kč
11	Treninkový dres - čer	3 120 Kč	3 120 Kč	3 900 Kč	3 900 Kč	4 680 Kč	4 680 Kč	3 120 Kč	5 460 Kč	4 680 Kč	4 680 Kč	4 680 Kč	4 680 Kč
12	Treninkový dres - čer	1 560 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	1 950 Kč	1 950 Kč	1 950 Kč	3 120 Kč	1 950 Kč	3 120 Kč	2 340 Kč	3 900 Kč
13	Wilson NFL Field To	2 240 Kč	2 240 Kč	2 240 Kč	2 800 Kč	2 800 Kč	2 800 Kč	1 680 Kč	2 800 Kč	2 800 Kč	3 360 Kč	3 360 Kč	3 360 Kč
14	Aletické návlky - bíl	560 Kč	448 Kč	560 Kč	672 Kč	784 Kč	784 Kč	784 Kč	1 008 Kč	672 Kč	672 Kč	672 Kč	672 Kč
15	Aletické návlky - čer	560 Kč	448 Kč	560 Kč	672 Kč	784 Kč	784 Kč	784 Kč	1 008 Kč	672 Kč	672 Kč	672 Kč	672 Kč
16	New York Jets New	2 166 Kč	2 166 Kč	2 888 Kč	3 249 Kč	3 610 Kč	4 332 Kč	5 054 Kč	6 498 Kč	5 054 Kč	4 332 Kč	4 332 Kč	3 610 Kč
17	Kansas City Chiefs N	2 166 Kč	2 166 Kč	2 888 Kč	3 249 Kč	3 610 Kč	4 332 Kč	5 054 Kč	6 498 Kč	5 054 Kč	4 332 Kč	4 332 Kč	3 610 Kč
18	NFL New Era 2023 C	2 700 Kč	2 700 Kč	3 600 Kč	4 050 Kč	4 500 Kč	5 400 Kč	6 300 Kč	8 100 Kč	6 300 Kč	5 400 Kč	5 400 Kč	4 500 Kč
19	New England Patriots	2 166 Kč	2 166 Kč	2 888 Kč	3 249 Kč	3 610 Kč	4 332 Kč	5 054 Kč	6 498 Kč	5 054 Kč	4 332 Kč	4 332 Kč	3 610 Kč
20	San Francisco 49rs R	2 166 Kč	2 166 Kč	2 888 Kč	3 249 Kč	3 610 Kč	4 332 Kč	5 054 Kč	6 498 Kč	5 054 Kč	4 332 Kč	4 332 Kč	3 610 Kč
	<b>celkem</b>	<b>132 563 Kč</b>	<b>145 722 Kč</b>	<b>157 080 Kč</b>	<b>166 526 Kč</b>	<b>187 158 Kč</b>	<b>203 508 Kč</b>	<b>203 604 Kč</b>	<b>250 150 Kč</b>	<b>224 788 Kč</b>	<b>223 022 Kč</b>	<b>222 242 Kč</b>	<b>226 280 Kč</b>



## ŘÍLOHA P IX: ODHAD PRODEJE OPTIMISTICKÝ – PRODEJNÍ CENY – PRVNÍ ROK

Položka	Prodejní cena	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - d	6 396 Kč	6 396 Kč	9 594 Kč	9 594 Kč	9 594 Kč	12 792 Kč	6 396 Kč	6 396 Kč	15 990 Kč	15 990 Kč	15 990 Kč	19 188 Kč
2	FRG -03 (Barnett) - t	6 396 Kč	6 396 Kč	9 594 Kč	9 594 Kč	9 594 Kč	12 792 Kč	6 396 Kč	6 396 Kč	15 990 Kč	15 990 Kč	15 990 Kč	19 188 Kč
3	Grip Boost Peace Ste	29 887 Kč	29 887 Kč	29 887 Kč	29 887 Kč	29 887 Kč	36 784 Kč	25 289 Kč	25 289 Kč	41 382 Kč	41 382 Kč	41 382 Kč	41 382 Kč
4	Grip Boost Peace Ste	18 392 Kč	18 392 Kč	20 691 Kč	18 392 Kč	18 392 Kč	22 990 Kč	16 093 Kč	16 093 Kč	27 588 Kč	27 588 Kč	27 588 Kč	27 588 Kč
5	Nike Alpha Menace F	22 194 Kč	22 194 Kč	22 194 Kč	22 194 Kč	22 194 Kč	29 592 Kč	22 194 Kč	22 194 Kč	40 689 Kč	40 689 Kč	40 689 Kč	40 689 Kč
6	Nike Vapor Edge Spe	35 994 Kč	35 994 Kč	35 994 Kč	35 994 Kč	35 994 Kč	47 992 Kč	29 995 Kč	29 995 Kč	65 989 Kč	65 989 Kč	65 989 Kč	65 989 Kč
7	CMS-01 Pásek ke ka	1 245 Kč	996 Kč	1 245 Kč	996 Kč	996 Kč	996 Kč	747 Kč	747 Kč	2 490 Kč	1 992 Kč	2 490 Kč	1 992 Kč
8	CMS-01 Pásek ke ka	1 245 Kč	996 Kč	1 245 Kč	996 Kč	996 Kč	996 Kč	747 Kč	747 Kč	2 490 Kč	1 992 Kč	2 490 Kč	1 992 Kč
9	Ohříváč rukou - čern	540 Kč	1 620 Kč	1 620 Kč	2 160 Kč	2 160 Kč	3 240 Kč	2 700 Kč	2 700 Kč	1 620 Kč	1 620 Kč	1 620 Kč	1 620 Kč
10	Treninkový dres - bíl	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	3 900 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	6 240 Kč	6 240 Kč	6 240 Kč	6 240 Kč
11	Treninkový dres - čer	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	3 900 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	6 240 Kč	6 240 Kč	6 240 Kč	6 240 Kč
12	Treninkový dres - čer	1 560 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	3 120 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč
13	Wilson NFL Field To	3 360 Kč	3 360 Kč	3 360 Kč	3 360 Kč	3 360 Kč	4 480 Kč	2 240 Kč	2 240 Kč	2 240 Kč	2 240 Kč	3 360 Kč	3 360 Kč
14	Aletické návleky - bíl	396 Kč	396 Kč	495 Kč	495 Kč	495 Kč	792 Kč	396 Kč	396 Kč	792 Kč	792 Kč	792 Kč	792 Kč
15	Aletické návleky - čer	396 Kč	396 Kč	495 Kč	495 Kč	495 Kč	792 Kč	396 Kč	396 Kč	792 Kč	792 Kč	792 Kč	792 Kč
16	New York Jets New	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	3 995 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč
17	Kansas City Chiefs N	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	3 995 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč
18	NFL New Era 2023 C	1 800 Kč	1 800 Kč	2 700 Kč	2 700 Kč	2 700 Kč	4 500 Kč	2 700 Kč	2 700 Kč	3 600 Kč	3 600 Kč	3 600 Kč	3 600 Kč
19	New England Patriots	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	3 995 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč
20	San Francisco 49rs R	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	3 995 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč
	<b>celkem</b>	<b>144 069 Kč</b>	<b>144 651 Kč</b>	<b>154 942 Kč</b>	<b>152 685 Kč</b>	<b>152 685 Kč</b>	<b>205 638 Kč</b>	<b>132 897 Kč</b>	<b>132 897 Kč</b>	<b>250 036 Kč</b>	<b>249 040 Kč</b>	<b>251 156 Kč</b>	<b>253 436 Kč</b>

## ŘÍLOHA P X: ODHAD PRODEJE OPTIMISTICKÝ – PRODEJNÍ CENY – DRUHÝ ROK

Položka	Prodejní cena	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - č	23 985 Kč	23 985 Kč	25 584 Kč	25 584 Kč	31 980 Kč	31 980 Kč	31 980 Kč	44 772 Kč	38 376 Kč	47 970 Kč	47 970 Kč	51 168 Kč
2	FRG -03 (Barnett) - t	23 985 Kč	23 985 Kč	25 584 Kč	25 584 Kč	31 980 Kč	31 980 Kč	31 980 Kč	41 574 Kč	38 376 Kč	41 574 Kč	41 574 Kč	41 574 Kč
3	Grip Boost Peace Ste	45 980 Kč	50 578 Kč	50 578 Kč	50 578 Kč	59 774 Kč	64 372 Kč	59 774 Kč	64 372 Kč	68 970 Kč	64 372 Kč	64 372 Kč	64 372 Kč
4	Grip Boost Peace Ste	34 485 Kč	41 382 Kč	45 980 Kč	50 578 Kč	55 176 Kč	59 774 Kč	55 176 Kč	64 372 Kč	64 372 Kč	59 774 Kč	59 774 Kč	64 372 Kč
5	Nike Alpha Menace F	48 087 Kč	55 485 Kč	55 485 Kč	66 582 Kč	70 281 Kč	73 980 Kč	73 980 Kč	88 776 Kč	81 378 Kč	81 378 Kč	81 378 Kč	88 776 Kč
6	Nike Vapor Edge Spe	71 988 Kč	83 986 Kč	89 985 Kč	89 985 Kč	95 984 Kč	107 982 Kč	119 980 Kč	143 976 Kč	119 980 Kč	119 980 Kč	119 980 Kč	119 980 Kč
7	CMS-01 Pásek ke ka	1 992 Kč	2 490 Kč	1 992 Kč	1 992 Kč	2 490 Kč	2 988 Kč	2 490 Kč	2 988 Kč	3 486 Kč	2 988 Kč	2 988 Kč	2 490 Kč
8	CMS-01 Pásek ke ka	1 992 Kč	1 992 Kč	1 992 Kč	1 992 Kč	2 490 Kč	2 988 Kč	2 490 Kč	2 988 Kč	3 486 Kč	2 988 Kč	2 988 Kč	2 988 Kč
9	Ohřívač rukou - čern	2 160 Kč	1 080 Kč	1 080 Kč	1 080 Kč	2 160 Kč	4 320 Kč	5 400 Kč	5 400 Kč	4 320 Kč	5 400 Kč	5 400 Kč	5 400 Kč
10	Treninkový dres - bíl	6 240 Kč	6 240 Kč	7 800 Kč	7 800 Kč	9 360 Kč	9 360 Kč	6 240 Kč	10 920 Kč	9 360 Kč	9 360 Kč	9 360 Kč	9 360 Kč
11	Treninkový dres - čer	6 240 Kč	6 240 Kč	7 800 Kč	7 800 Kč	9 360 Kč	9 360 Kč	6 240 Kč	10 920 Kč	9 360 Kč	9 360 Kč	9 360 Kč	9 360 Kč
12	Treninkový dres - čer	3 120 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč	3 900 Kč	3 900 Kč	3 900 Kč	6 240 Kč	3 900 Kč	6 240 Kč	4 680 Kč	7 800 Kč
13	Wilson NFL Field To	4 480 Kč	4 480 Kč	4 480 Kč	5 600 Kč	5 600 Kč	5 600 Kč	3 360 Kč	5 600 Kč	5 600 Kč	6 720 Kč	6 720 Kč	6 720 Kč
14	Aletické návleky - bíl	990 Kč	792 Kč	990 Kč	1 188 Kč	1 386 Kč	1 386 Kč	1 386 Kč	1 782 Kč	1 188 Kč	1 188 Kč	1 188 Kč	1 188 Kč
15	Aletické návleky - čer	990 Kč	792 Kč	990 Kč	1 188 Kč	1 386 Kč	1 386 Kč	1 386 Kč	1 782 Kč	1 188 Kč	1 188 Kč	1 188 Kč	1 188 Kč
16	New York Jets New I	4 794 Kč	4 794 Kč	6 392 Kč	7 191 Kč	7 990 Kč	9 588 Kč	11 186 Kč	14 382 Kč	11 186 Kč	9 588 Kč	9 588 Kč	7 990 Kč
17	Kansas City Chiefs N	4 794 Kč	4 794 Kč	6 392 Kč	7 191 Kč	7 990 Kč	9 588 Kč	11 186 Kč	14 382 Kč	11 186 Kč	9 588 Kč	9 588 Kč	7 990 Kč
18	NFL New Era 2023 C	5 400 Kč	5 400 Kč	7 200 Kč	8 100 Kč	9 000 Kč	10 800 Kč	12 600 Kč	16 200 Kč	12 600 Kč	10 800 Kč	10 800 Kč	9 000 Kč
19	New England Patriots	4 794 Kč	4 794 Kč	6 392 Kč	7 191 Kč	7 990 Kč	9 588 Kč	11 186 Kč	14 382 Kč	11 186 Kč	9 588 Kč	9 588 Kč	7 990 Kč
20	San Francisco 49rs R	4 794 Kč	4 794 Kč	6 392 Kč	7 191 Kč	7 990 Kč	9 588 Kč	11 186 Kč	14 382 Kč	11 186 Kč	9 588 Kč	9 588 Kč	7 990 Kč
	<b>celkem</b>	<b>301 290 Kč</b>	<b>331 203 Kč</b>	<b>356 208 Kč</b>	<b>377 515 Kč</b>	<b>424 267 Kč</b>	<b>460 508 Kč</b>	<b>463 106 Kč</b>	<b>570 190 Kč</b>	<b>510 684 Kč</b>	<b>509 632 Kč</b>	<b>508 072 Kč</b>	<b>517 696 Kč</b>

## ŘÍLOHA P XI: KALKULACE CEN

	Nákupní cena	Prodejní cena/kus	první objednávka zboží (v ks )	Clo/kus
FRG -03 (Bar	593 Kč	1 599 Kč	8	
FRG -03 (Bar	593 Kč	1 599 Kč	8	
Grip Boost Pe	1 149 Kč	2 299 Kč	20	
Grip Boost Pe	1 149 Kč	2 299 Kč	14	
Nike Alpha M	1 490 Kč	3 699 Kč	12	254,00 Kč
Nike Vapor E	2 500 Kč	5 999 Kč	12	424,00 Kč
CMS-01 Páse	99 Kč	249 Kč	10	
CMS-01 Páse	99 Kč	249 Kč	10	
Ohřívač rukou	270 Kč	540 Kč	5	
Treninkový d	390 Kč	780 Kč	10	
Treninkový d	390 Kč	780 Kč	10	
Treninkový d	390 Kč	780 Kč	10	
Wilson NFL F	280 Kč	560 Kč	10	
Aletické návle	56 Kč	99 Kč	8	
Aletické návle	56 Kč	99 Kč	8	
New York Jet	361 Kč	799 Kč	5	
Kansas City C	361 Kč	799 Kč	5	
NFL New Era	450 Kč	900 Kč	5	
New England	361 Kč	799 Kč	5	
San Francisco	361 Kč	799 Kč	5	
<b>celkem nákupní cena:</b>		<b>109 707 Kč</b>		

## PŘÍLOHA P XII: ODHAD PRODEJE PESIMISTICKÝ – V KUSECH ZA MĚSÍC – PRVNÍ ROK

Položka		Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - č	2	2	4	4	4	5	5	7	5	6	6	8
2	FRG -03 (Barnett) - b	2	2	4	4	4	5	5	7	5	6	6	8
3	Grip Boost Peace Ste	8	8	8	8	8	8	7	11	7	7	7	9
4	Grip Boost Peace Ste	6	6	7	6	6	7	7	9	7	7	7	9
5	Nike Alpha Menace F	4	4	5	5	5	5	5	6	5	5	5	7
6	Nike Vapor Edge Spe	4	4	5	4	5	5	2	3	2	3	4	6
7	CMS-01 Pásek ke ka	2	2	3	2	3	3	3	5	3	2	2	3
8	CMS-01 Pásek ke ka	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	4	6
9	Ohříváč rukou - čern	0	0	1	2	3	3	3	6	3	3	3	5
10	Treninkový dres - bíl	1	2	4	2	3	2	2	3	3	3	3	5
11	Treninkový dres - čer	1	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3
12	Treninkový dres - čer	1	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	5
13	Wilson NFL Field To	3	4	4	4	2	2	2	4	2	3	3	6
14	Aletické návleky - bíl	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6
15	Aletické návleky - čer	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6
16	New York Jets New J	2	3	2	2	3	3	2	5	2	3	4	6
17	Kansas City Chiefs N	2	2	2	2	2	2	3	5	3	4	3	4
18	NFL New Era 2023 C	2	2	2	2	2	2	3	5	3	4	3	4
19	New England Patriots	2	2	2	2	2	2	3	5	3	4	3	4
20	San Francisco 49rs R	2	2	2	2	2	2	3	5	3	4	3	4

## PŘÍLOHA P XIII: ODHAD PRODEJE PESIMISTICKÝ – V KUSECH ZA MĚSÍC – DRUHÝ ROK

Položka		Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - č	7	7	6	7	7	7	7	9	8	8	9	10
2	FRG -03 (Barnett) - b	7	7	6	7	7	8	8	10	8	8	9	10
3	Grip Boost Peace Ste	7	7	6	7	7	8	8	10	8	8	9	10
4	Grip Boost Peace Ste	7	7	6	5	5	6	6	8	6	6	7	7
5	Nike Alpha Menace F	5	5	5	5	5	6	6	8	6	6	7	7
6	Nike Vapor Edge Spe	4	4	4	4	4	5	5	7	5	5	5	6
7	CMS-01 Pásek ke ka	2	2	2	4	4	4	4	6	6	6	7	7
8	CMS-01 Pásek ke ka	4	4	4	4	4	4	4	6	7	7	7	7
9	Ohříváč rukou - čern	3	3	2	2	2	3	3	5	5	5	6	6
10	Treninkový dres - bíl	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	5	6
11	Treninkový dres - čer	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	4	5
12	Treninkový dres - čer	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	5
13	Wilson NFL Field To	3	3	3	3	3	4	5	6	4	4	4	5
14	Aletické návleky - bíl	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
15	Aletické návleky - čer	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4
16	New York Jets New	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4
17	Kansas City Chiefs N	2	2	2	2	2	3	4	5	4	4	3	3
18	NFL New Era 2023 C	2	2	2	1	2	3	4	5	4	4	3	3
19	New England Patriots	2	2	2	1	2	3	4	5	4	4	3	3
20	San Francisco 49rs R	2	2	2	1	2	3	4	5	4	4	3	3

## PŘÍLOHA P XIV: ODHAD PRODEJE PESIMISTICKÝ – NÁKUPNÍ CENY – PRVNÍ ROK

Položka	Nákupní cena	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - č	1 186 Kč	1 186 Kč	2 372 Kč	2 372 Kč	2 372 Kč	2 965 Kč	2 965 Kč	4 151 Kč	2 965 Kč	3 558 Kč	3 558 Kč	4 744 Kč
2	FRG -03 (Barnett) - b	1 186 Kč	1 186 Kč	2 372 Kč	2 372 Kč	2 372 Kč	2 965 Kč	2 965 Kč	4 151 Kč	2 965 Kč	3 558 Kč	3 558 Kč	4 744 Kč
3	Grip Boost Peace Ste	9 192 Kč	9 192 Kč	9 192 Kč	9 192 Kč	9 192 Kč	9 192 Kč	8 043 Kč	12 639 Kč	8 043 Kč	8 043 Kč	8 043 Kč	10 341 Kč
4	Grip Boost Peace Ste	6 894 Kč	6 894 Kč	8 043 Kč	6 894 Kč	6 894 Kč	8 043 Kč	8 043 Kč	10 341 Kč	8 043 Kč	8 043 Kč	8 043 Kč	10 341 Kč
5	Nike Alpha Menace P	5 960 Kč	5 960 Kč	7 450 Kč	7 450 Kč	7 450 Kč	7 450 Kč	7 450 Kč	8 940 Kč	7 450 Kč	7 450 Kč	7 450 Kč	10 430 Kč
6	Nike Vapor Edge Spe	10 000 Kč	10 000 Kč	12 500 Kč	10 000 Kč	12 500 Kč	12 500 Kč	5 000 Kč	7 500 Kč	5 000 Kč	7 500 Kč	10 000 Kč	15 000 Kč
7	CMS-01 Pásek ke ka	198 Kč	198 Kč	297 Kč	198 Kč	297 Kč	297 Kč	297 Kč	495 Kč	297 Kč	198 Kč	198 Kč	297 Kč
8	CMS-01 Pásek ke ka	198 Kč	198 Kč	297 Kč	198 Kč	198 Kč	198 Kč	198 Kč	297 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	594 Kč
9	Ohříváč rukou - čern	- Kč	- Kč	270 Kč	540 Kč	810 Kč	810 Kč	810 Kč	1 620 Kč	810 Kč	810 Kč	810 Kč	1 350 Kč
10	Treninkový dres - bíl	390 Kč	780 Kč	1 560 Kč	780 Kč	1 170 Kč	780 Kč	780 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 950 Kč
11	Treninkový dres - čer	390 Kč	780 Kč	1 560 Kč	780 Kč	780 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč
12	Treninkový dres - čer	390 Kč	390 Kč	390 Kč	390 Kč	780 Kč	780 Kč	780 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 950 Kč
13	Wilson NFL Field To	840 Kč	1 120 Kč	1 120 Kč	1 120 Kč	560 Kč	560 Kč	560 Kč	1 120 Kč	560 Kč	840 Kč	840 Kč	1 680 Kč
14	Aletické návleky - bíl	168 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	336 Kč
15	Aletické návleky - čer	168 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	336 Kč
16	New York Jets New	722 Kč	1 083 Kč	722 Kč	722 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	722 Kč	1 805 Kč	722 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč	2 166 Kč
17	Kansas City Chiefs N	722 Kč	722 Kč	722 Kč	722 Kč	722 Kč	722 Kč	1 083 Kč	1 805 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč
18	NFL New Era 2023 C	900 Kč	900 Kč	900 Kč	900 Kč	900 Kč	900 Kč	1 350 Kč	2 250 Kč	1 350 Kč	1 800 Kč	1 350 Kč	1 800 Kč
19	New England Patriots	722 Kč	722 Kč	722 Kč	722 Kč	722 Kč	722 Kč	1 083 Kč	1 805 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč
20	San Francisco 49rs R	722 Kč	722 Kč	722 Kč	722 Kč	722 Kč	722 Kč	1 083 Kč	1 805 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč
	<b>celkem</b>	<b>40 948 Kč</b>	<b>42 481 Kč</b>	<b>51 659 Kč</b>	<b>46 522 Kč</b>	<b>49 972 Kč</b>	<b>52 307 Kč</b>	<b>44 830 Kč</b>	<b>64 682 Kč</b>	<b>45 808 Kč</b>	<b>51 569 Kč</b>	<b>52 897 Kč</b>	<b>73 561 Kč</b>

## PŘÍLOHA P XV: ODHAD PRODEJE PESIMISTICKÝ – NÁKUPNÍ CENY – DRUHÝ ROK

Položka	Nákupní cena	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - č	4 151 Kč	4 151 Kč	3 558 Kč	4 151 Kč	4 151 Kč	4 151 Kč	4 151 Kč	5 337 Kč	4 744 Kč	4 744 Kč	5 337 Kč	5 930 Kč
2	FRG -03 (Barnett) - b	4 151 Kč	4 151 Kč	3 558 Kč	4 151 Kč	4 151 Kč	4 744 Kč	4 744 Kč	5 930 Kč	4 744 Kč	4 744 Kč	5 337 Kč	5 930 Kč
3	Grip Boost Peace Ste	8 043 Kč	8 043 Kč	6 894 Kč	8 043 Kč	8 043 Kč	9 192 Kč	9 192 Kč	11 490 Kč	9 192 Kč	9 192 Kč	10 341 Kč	11 490 Kč
4	Grip Boost Peace Ste	8 043 Kč	8 043 Kč	6 894 Kč	5 745 Kč	5 745 Kč	6 894 Kč	6 894 Kč	9 192 Kč	6 894 Kč	6 894 Kč	8 043 Kč	8 043 Kč
5	Nike Alpha Menace P	7 450 Kč	7 450 Kč	7 450 Kč	7 450 Kč	7 450 Kč	8 940 Kč	8 940 Kč	11 920 Kč	8 940 Kč	8 940 Kč	10 430 Kč	10 430 Kč
6	Nike Vapor Edge Spe	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	12 500 Kč	12 500 Kč	17 500 Kč	12 500 Kč	12 500 Kč	12 500 Kč	15 000 Kč
7	CMS-01 Pásek ke ka	198 Kč	198 Kč	198 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	594 Kč	594 Kč	594 Kč	693 Kč	693 Kč
8	CMS-01 Pásek ke ka	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	594 Kč	693 Kč	693 Kč	693 Kč	693 Kč
9	Ohříváč rukou - čern	810 Kč	810 Kč	540 Kč	540 Kč	540 Kč	810 Kč	810 Kč	1 350 Kč	1 350 Kč	1 350 Kč	1 620 Kč	1 620 Kč
10	Treninkový dres - bíl	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	780 Kč	780 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	1 950 Kč	2 340 Kč
11	Treninkový dres - čer	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	780 Kč	780 Kč	1 560 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 560 Kč	1 950 Kč
12	Treninkový dres - čer	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 950 Kč	1 170 Kč	1 170 Kč	1 560 Kč	1 950 Kč
13	Wilson NFL Field To	840 Kč	840 Kč	840 Kč	840 Kč	840 Kč	1 120 Kč	1 400 Kč	1 680 Kč	1 120 Kč	1 120 Kč	1 120 Kč	1 400 Kč
14	Aletické návleky - bíl	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	280 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	280 Kč
15	Aletické návleky - čer	224 Kč	224 Kč	280 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	224 Kč	280 Kč	168 Kč	168 Kč	168 Kč	224 Kč
16	New York Jets New	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 805 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč
17	Kansas City Chiefs N	722 Kč	722 Kč	722 Kč	722 Kč	722 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč	1 805 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč
18	NFL New Era 2023 C	900 Kč	900 Kč	900 Kč	450 Kč	900 Kč	1 350 Kč	1 800 Kč	2 250 Kč	1 800 Kč	1 800 Kč	1 350 Kč	1 350 Kč
19	New England Patriots	722 Kč	722 Kč	722 Kč	361 Kč	722 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč	1 805 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč
20	San Francisco 49rs R	722 Kč	722 Kč	722 Kč	361 Kč	722 Kč	1 083 Kč	1 444 Kč	1 805 Kč	1 444 Kč	1 444 Kč	1 083 Kč	1 083 Kč
	<b>celkem</b>	<b>52 550 Kč</b>	<b>52 550 Kč</b>	<b>48 852 Kč</b>	<b>49 008 Kč</b>	<b>50 180 Kč</b>	<b>58 364 Kč</b>	<b>60 177 Kč</b>	<b>80 687 Kč</b>	<b>62 278 Kč</b>	<b>62 278 Kč</b>	<b>67 258 Kč</b>	<b>74 016 Kč</b>

## PŘÍLOHA P XVI: ODHAD PRODEJE PESIMISTICKÝ – PRODEJNÍ CENY – PRVNÍ ROK

Položka	Prodejní cena	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - č	3 198 Kč	3 198 Kč	6 396 Kč	6 396 Kč	6 396 Kč	7 995 Kč	7 995 Kč	11 193 Kč	7 995 Kč	9 594 Kč	9 594 Kč	12 792 Kč
2	FRG -03 (Barnett) - b	3 198 Kč	3 198 Kč	6 396 Kč	6 396 Kč	6 396 Kč	7 995 Kč	7 995 Kč	11 193 Kč	7 995 Kč	9 594 Kč	9 594 Kč	12 792 Kč
3	Grip Boost Peace Ste	18 392 Kč	18 392 Kč	18 392 Kč	18 392 Kč	18 392 Kč	18 392 Kč	16 093 Kč	25 289 Kč	16 093 Kč	16 093 Kč	16 093 Kč	20 691 Kč
4	Grip Boost Peace Ste	13 794 Kč	13 794 Kč	16 093 Kč	13 794 Kč	13 794 Kč	16 093 Kč	16 093 Kč	20 691 Kč	16 093 Kč	16 093 Kč	16 093 Kč	20 691 Kč
5	Nike Alpha Menace P	14 796 Kč	14 796 Kč	18 495 Kč	18 495 Kč	18 495 Kč	18 495 Kč	18 495 Kč	22 194 Kč	18 495 Kč	18 495 Kč	18 495 Kč	25 893 Kč
6	Nike Vapor Edge Spe	23 996 Kč	23 996 Kč	29 995 Kč	23 996 Kč	29 995 Kč	29 995 Kč	11 998 Kč	17 997 Kč	11 998 Kč	17 997 Kč	23 996 Kč	35 994 Kč
7	CMS-01 Pásek ke ka	498 Kč	498 Kč	747 Kč	498 Kč	747 Kč	747 Kč	747 Kč	1 245 Kč	747 Kč	498 Kč	498 Kč	747 Kč
8	CMS-01 Pásek ke ka	498 Kč	498 Kč	747 Kč	498 Kč	498 Kč	498 Kč	498 Kč	747 Kč	996 Kč	996 Kč	996 Kč	1 494 Kč
9	Ohřívač rukou - čern	- Kč	- Kč	540 Kč	1 080 Kč	1 620 Kč	1 620 Kč	1 620 Kč	3 240 Kč	1 620 Kč	1 620 Kč	1 620 Kč	2 700 Kč
10	Treninkový dres - bíl	780 Kč	1 560 Kč	3 120 Kč	1 560 Kč	2 340 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	3 900 Kč
11	Treninkový dres - čer	780 Kč	1 560 Kč	3 120 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč
12	Treninkový dres - čer	780 Kč	780 Kč	780 Kč	780 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	3 900 Kč
13	Wilson NFL Field To	1 680 Kč	2 240 Kč	2 240 Kč	2 240 Kč	1 120 Kč	1 120 Kč	1 120 Kč	2 240 Kč	1 120 Kč	1 680 Kč	1 680 Kč	3 360 Kč
14	Aletické návleky - bíl	297 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	594 Kč
15	Aletické návleky - čer	297 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	594 Kč
16	New York Jets New	1 598 Kč	2 397 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	1 598 Kč	3 995 Kč	1 598 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč	4 794 Kč
17	Kansas City Chiefs N	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	2 397 Kč	3 995 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč
18	NFL New Era 2023 C	1 800 Kč	1 800 Kč	1 800 Kč	1 800 Kč	1 800 Kč	1 800 Kč	2 700 Kč	4 500 Kč	2 700 Kč	3 600 Kč	2 700 Kč	3 600 Kč
19	New England Patriots	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	2 397 Kč	3 995 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč
20	San Francisco 49rs R	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	2 397 Kč	3 995 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč
	<b>celkem</b>	<b>91 176 Kč</b>	<b>94 293 Kč</b>	<b>116 045 Kč</b>	<b>104 669 Kč</b>	<b>112 696 Kč</b>	<b>118 193 Kč</b>	<b>100 395 Kč</b>	<b>144 321 Kč</b>	<b>102 453 Kč</b>	<b>116 057 Kč</b>	<b>119 558 Kč</b>	<b>166 464 Kč</b>



## PŘÍLOHA P XVII: ODHAD PRODEJE PESIMISTICKÝ – PRODEJNÍ CENY – DRUHÝ ROK

Položka	Prodejní cena	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
1	FRG -03 (Barnett) - č	11 193 Kč	11 193 Kč	9 594 Kč	11 193 Kč	11 193 Kč	11 193 Kč	11 193 Kč	14 391 Kč	12 792 Kč	12 792 Kč	14 391 Kč	15 990 Kč
2	FRG -03 (Barnett) - b	11 193 Kč	11 193 Kč	9 594 Kč	11 193 Kč	11 193 Kč	12 792 Kč	12 792 Kč	15 990 Kč	12 792 Kč	12 792 Kč	14 391 Kč	15 990 Kč
3	Grip Boost Peace Ste	16 093 Kč	16 093 Kč	13 794 Kč	16 093 Kč	16 093 Kč	18 392 Kč	18 392 Kč	22 990 Kč	18 392 Kč	18 392 Kč	20 691 Kč	22 990 Kč
4	Grip Boost Peace Ste	16 093 Kč	16 093 Kč	13 794 Kč	11 495 Kč	11 495 Kč	13 794 Kč	13 794 Kč	18 392 Kč	13 794 Kč	13 794 Kč	16 093 Kč	16 093 Kč
5	Nike Alpha Menace P	18 495 Kč	18 495 Kč	18 495 Kč	18 495 Kč	18 495 Kč	22 194 Kč	22 194 Kč	29 592 Kč	22 194 Kč	22 194 Kč	25 893 Kč	25 893 Kč
6	Nike Vapor Edge Spe	23 996 Kč	23 996 Kč	23 996 Kč	23 996 Kč	23 996 Kč	29 995 Kč	29 995 Kč	41 993 Kč	29 995 Kč	29 995 Kč	29 995 Kč	35 994 Kč
7	CMS-01 Pásek ke ka	498 Kč	498 Kč	498 Kč	996 Kč	996 Kč	996 Kč	996 Kč	1 494 Kč	1 494 Kč	1 494 Kč	1 743 Kč	1 743 Kč
8	CMS-01 Pásek ke ka	996 Kč	996 Kč	996 Kč	996 Kč	996 Kč	996 Kč	996 Kč	1 494 Kč	1 743 Kč	1 743 Kč	1 743 Kč	1 743 Kč
9	Ohříváč rukou - čern	1 620 Kč	1 620 Kč	1 080 Kč	1 080 Kč	1 080 Kč	1 620 Kč	1 620 Kč	2 700 Kč	2 700 Kč	2 700 Kč	3 240 Kč	3 240 Kč
10	Treninkový dres - bíl	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč	3 120 Kč	3 900 Kč	4 680 Kč
11	Treninkový dres - čer	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	1 560 Kč	1 560 Kč	3 120 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	3 120 Kč	3 900 Kč
12	Treninkový dres - čer	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	3 900 Kč	2 340 Kč	2 340 Kč	3 120 Kč	3 900 Kč
13	Wilson NFL Field To	1 680 Kč	1 680 Kč	1 680 Kč	1 680 Kč	1 680 Kč	2 240 Kč	2 800 Kč	3 360 Kč	2 240 Kč	2 240 Kč	2 240 Kč	2 800 Kč
14	Aletické návleky - bíl	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	495 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	495 Kč
15	Aletické návleky - čer	396 Kč	396 Kč	495 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	396 Kč	495 Kč	297 Kč	297 Kč	297 Kč	396 Kč
16	New York Jets New	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	3 995 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč
17	Kansas City Chiefs N	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč	3 995 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč
18	NFL New Era 2023 C	1 800 Kč	1 800 Kč	1 800 Kč	900 Kč	1 800 Kč	2 700 Kč	3 600 Kč	4 500 Kč	3 600 Kč	3 600 Kč	2 700 Kč	2 700 Kč
19	New England Patriots	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	799 Kč	1 598 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč	3 995 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč
20	San Francisco 49rs R	1 598 Kč	1 598 Kč	1 598 Kč	799 Kč	1 598 Kč	2 397 Kč	3 196 Kč	3 995 Kč	3 196 Kč	3 196 Kč	2 397 Kč	2 397 Kč
	<b>celkem</b>	<b>119 459 Kč</b>	<b>119 459 Kč</b>	<b>111 222 Kč</b>	<b>112 321 Kč</b>	<b>114 819 Kč</b>	<b>133 551 Kč</b>	<b>137 408 Kč</b>	<b>184 006 Kč</b>	<b>142 214 Kč</b>	<b>142 214 Kč</b>	<b>153 541 Kč</b>	<b>168 934 Kč</b>

## PŘÍLOHA P XVIII: CASH FLOW OPTIMISTICKÝ – PRVNÍ ROK

AFSHOP

OPTIMISTICKÁ VERZE

	KVĚTEN	ČERVEN	ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ	ŘÍJEN	LISTOPAD	PROSINEC	LEDEN	ÚNOR	BŘEZEN	DUBEN
<b>STAV POKLADNY A BÚ</b>	- Kč	33 224 Kč	56 584 Kč	82 428 Kč	107 845 Kč	133 262 Kč	168 922 Kč	190 175 Kč	211 428 Kč	255 930 Kč	300 175 Kč	344 867 Kč
<b>(+) PŘÍJMY</b>												
TRŽBY	154 069 Kč	154 651 Kč	164 942 Kč	162 685 Kč	162 685 Kč	215 638 Kč	142 897 Kč	142 897 Kč	260 036 Kč	259 040 Kč	261 156 Kč	263 436 Kč
VKLAD	100 000 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
<b>PŘÍJMY CELKEM</b>	<b>254 069 Kč</b>	<b>154 651 Kč</b>	<b>164 942 Kč</b>	<b>162 685 Kč</b>	<b>162 685 Kč</b>	<b>215 638 Kč</b>	<b>142 897 Kč</b>	<b>142 897 Kč</b>	<b>260 036 Kč</b>	<b>259 040 Kč</b>	<b>261 156 Kč</b>	<b>263 436 Kč</b>
<b>(-) VÝDAJE</b>												
<b>(-) VARIABILNÍ VÝDAJE</b>												
PŘÍMÉ NÁKLADY SPOJENÉ S PRODUKTEM	43 221 Kč	43 395 Kč	46 483 Kč	45 806 Kč	45 806 Kč	61 691 Kč	39 869 Kč	39 869 Kč	75 011 Kč	74 712 Kč	75 347 Kč	76 031 Kč
VÝDAJE NA POŘÍZENÍ ZBOŽÍ (na další měsíce)	64 553 Kč	64 895 Kč	69 176 Kč	68 099 Kč	68 099 Kč	91 760 Kč	59 570 Kč	59 570 Kč	110 402 Kč	110 006 Kč	110 962 Kč	111 378 Kč
POČÁTEČNÍ NÁKLADY	85 449 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
<b>VARIABILNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>193 223 Kč</b>	<b>108 290 Kč</b>	<b>115 659 Kč</b>	<b>113 905 Kč</b>	<b>113 905 Kč</b>	<b>153 451 Kč</b>	<b>99 439 Kč</b>	<b>99 439 Kč</b>	<b>185 413 Kč</b>	<b>184 718 Kč</b>	<b>186 309 Kč</b>	<b>187 409 Kč</b>
<b>(-) FIXNÍ VÝDAJE</b>												
REKLAMA	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
ENERGIE	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč
FINANČNÍ ODMĚNY	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
ÚČETNÍ	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč
DODAVATELE	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
MOBILNÍ OPERÁTOR	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč
NÁJEM	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč
WEBOVÁ DOMÉNA A HOSTING	349 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
JEDNORÁZOVÉ VÝDAJE	5 100 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
<b>FIXNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>21 671 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>
<b>(-) OSTATNÍ VÝDAJE</b>												
DAŇ Z PŘÍJMU	1 883 Kč	2 711 Kč	3 149 Kč	3 074 Kč	3 074 Kč	4 881 Kč	2 339 Kč	2 339 Kč	6 441 Kč	6 396 Kč	6 475 Kč	6 652 Kč
CLO	4 068 Kč	4 068 Kč	4 068 Kč	4 068 Kč	4 068 Kč	5 424 Kč	3 644 Kč	3 644 Kč	7 458 Kč	7 458 Kč	7 458 Kč	7 458 Kč
<b>OSTATNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>5 951 Kč</b>	<b>6 779 Kč</b>	<b>7 217 Kč</b>	<b>7 142 Kč</b>	<b>7 142 Kč</b>	<b>10 305 Kč</b>	<b>5 983 Kč</b>	<b>5 983 Kč</b>	<b>13 899 Kč</b>	<b>13 854 Kč</b>	<b>13 933 Kč</b>	<b>14 110 Kč</b>
<b>VÝDAJE CELKEM</b>	<b>220 845 Kč</b>	<b>131 291 Kč</b>	<b>139 098 Kč</b>	<b>137 268 Kč</b>	<b>137 268 Kč</b>	<b>179 978 Kč</b>	<b>121 644 Kč</b>	<b>121 644 Kč</b>	<b>215 534 Kč</b>	<b>214 794 Kč</b>	<b>216 464 Kč</b>	<b>217 741 Kč</b>
<b>ČISTÝ PENĚŽNÝ TOK (CELKOVÉ PŘÍJMY – CELKOVÉ VÝDAJE)</b>	<b>33 224 Kč</b>	<b>23 360 Kč</b>	<b>25 844 Kč</b>	<b>25 417 Kč</b>	<b>25 417 Kč</b>	<b>35 660 Kč</b>	<b>21 253 Kč</b>	<b>21 253 Kč</b>	<b>44 502 Kč</b>	<b>44 246 Kč</b>	<b>44 692 Kč</b>	<b>45 695 Kč</b>
<b>STAV POKLADNY A BÚ (POČÁTEČNÍ STAV + CELKOVÉ PŘÍJMY – CELKOVÉ VÝDAJE)</b>	<b>33 224 Kč</b>	<b>56 584 Kč</b>	<b>82 428 Kč</b>	<b>107 845 Kč</b>	<b>133 262 Kč</b>	<b>168 922 Kč</b>	<b>190 175 Kč</b>	<b>211 428 Kč</b>	<b>255 930 Kč</b>	<b>300 175 Kč</b>	<b>344 867 Kč</b>	<b>390 563 Kč</b>

# PŘÍLOHA P XIX: CASH FLOW OPTIMISTICKÝ – DRUHÝ ROK

AFSHOP

OPTIMISTICKÁ VERZE

	KVĚTEN	ČERVEN	ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ	ŘÍJEN	LISTOPAD	PROSINEC	LEDEN	ÚNOR	BŘEZEN	DUBEN
<b>STAV POKLADNY A BÚ</b>	<b>390 563 Kč</b>	<b>437 220 Kč</b>	<b>489 634 Kč</b>	<b>546 912 Kč</b>	<b>608 190 Kč</b>	<b>679 172 Kč</b>	<b>756 884 Kč</b>	<b>835 339 Kč</b>	<b>935 640 Kč</b>	<b>1 023 965 Kč</b>	<b>1 113 166 Kč</b>	<b>1 202 102 Kč</b>
<b>(+) PŘÍJMY</b>												
TRŽBY	311 290 Kč	341 203 Kč	366 208 Kč	387 515 Kč	434 267 Kč	470 508 Kč	473 106 Kč	580 190 Kč	520 684 Kč	519 632 Kč	518 072 Kč	527 696 Kč
VKLAD	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
<b>PŘÍJMY CELKEM</b>	<b>311 290 Kč</b>	<b>341 203 Kč</b>	<b>366 208 Kč</b>	<b>387 515 Kč</b>	<b>434 267 Kč</b>	<b>470 508 Kč</b>	<b>473 106 Kč</b>	<b>580 190 Kč</b>	<b>520 684 Kč</b>	<b>519 632 Kč</b>	<b>518 072 Kč</b>	<b>527 696 Kč</b>
<b>(-) VÝDAJE</b>												
<b>(-) VARIABILNÍ VÝDAJE</b>												
PŘÍMÉ NÁKLADY SPOJENÉ S PRODUKTEM	90 387 Kč	99 361 Kč	106 862 Kč	113 255 Kč	127 280 Kč	138 152 Kč	138 932 Kč	171 057 Kč	153 205 Kč	152 890 Kč	152 422 Kč	155 309 Kč
VÝDAJE NA POŘIZENÍ ZBOŽÍ (na další měsíce)	132 563 Kč	145 722 Kč	157 080 Kč	166 526 Kč	187 158 Kč	203 508 Kč	203 604 Kč	250 150 Kč	224 788 Kč	223 022 Kč	222 242 Kč	226 280 Kč
POČÁTEČNÍ NÁKLADY	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
<b>VARIABILNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>222 950 Kč</b>	<b>245 083 Kč</b>	<b>263 942 Kč</b>	<b>279 781 Kč</b>	<b>314 438 Kč</b>	<b>341 660 Kč</b>	<b>342 536 Kč</b>	<b>421 207 Kč</b>	<b>377 993 Kč</b>	<b>375 912 Kč</b>	<b>374 664 Kč</b>	<b>381 589 Kč</b>
<b>(-) FIXNÍ VÝDAJE</b>												
REKLAMA	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
ENERGIE	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč
FINANČNÍ ODMĚNY	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč
ÚČETNÍ	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč
DODAVATELÉ	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
MOBILNÍ OPERÁTOR	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč
NÁJEM	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč
WEBOVÁ DOMÉNA A HOSTING	349 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
JEDNORÁZOVÉ VÝDAJE	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
<b>FIXNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>26 471 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>
<b>(-) OSTATNÍ VÝDAJE</b>												
DAŇ Z PŘÍJMU	6 822 Kč	7 838 Kč	8 696 Kč	9 402 Kč	11 115 Kč	12 302 Kč	12 433 Kč	16 288 Kč	14 175 Kč	14 330 Kč	14 283 Kč	14 611 Kč
CLO	8 390 Kč	9 746 Kč	10 170 Kč	10 932 Kč	11 610 Kč	12 712 Kč	13 560 Kč	16 272 Kč	14 068 Kč	14 068 Kč	14 068 Kč	14 576 Kč
<b>OSTATNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>15 212 Kč</b>	<b>17 584 Kč</b>	<b>18 866 Kč</b>	<b>20 334 Kč</b>	<b>22 725 Kč</b>	<b>25 014 Kč</b>	<b>25 993 Kč</b>	<b>32 560 Kč</b>	<b>28 243 Kč</b>	<b>28 398 Kč</b>	<b>28 351 Kč</b>	<b>29 187 Kč</b>
<b>VÝDAJE CELKEM</b>	<b>264 633 Kč</b>	<b>288 789 Kč</b>	<b>308 930 Kč</b>	<b>326 237 Kč</b>	<b>363 285 Kč</b>	<b>392 796 Kč</b>	<b>394 651 Kč</b>	<b>479 889 Kč</b>	<b>432 358 Kč</b>	<b>430 431 Kč</b>	<b>429 136 Kč</b>	<b>436 898 Kč</b>
<b>ČISTÝ PENĚŽNÝ TOK (CELKOVÉ PŘÍJMY – CELKOVÉ VÝDAJE)</b>	<b>46 657 Kč</b>	<b>52 414 Kč</b>	<b>57 278 Kč</b>	<b>61 278 Kč</b>	<b>70 982 Kč</b>	<b>77 712 Kč</b>	<b>78 455 Kč</b>	<b>100 301 Kč</b>	<b>88 326 Kč</b>	<b>89 201 Kč</b>	<b>88 936 Kč</b>	<b>90 798 Kč</b>
<b>STAV POKLADNY A BÚ (POČÁTEČNÍ STAV + CELKOVÉ PŘÍJMY – CELKOVÉ VÝDAJE)</b>	<b>437 220 Kč</b>	<b>489 634 Kč</b>	<b>546 912 Kč</b>	<b>608 190 Kč</b>	<b>679 172 Kč</b>	<b>756 884 Kč</b>	<b>835 339 Kč</b>	<b>935 640 Kč</b>	<b>1 023 965 Kč</b>	<b>1 113 166 Kč</b>	<b>1 202 102 Kč</b>	<b>1 292 900 Kč</b>

## PŘÍLOHA P XX: CASH FLOW PESIMISTICKÝ – PRVNÍ ROK

AFSHOP

PESIMISTICKÁ VERZE

	KVĚTEN	ČERVEN	ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ	ŘÍJEN	LISTOPAD	PROSINEC	LEDEN	ÚNOR	BŘEZEN	DUBEN
<b>STAV POKLADNY A BÚ</b>	- Kč	23 032 Kč	36 697 Kč	54 926 Kč	71 114 Kč	88 785 Kč	107 741 Kč	123 545 Kč	148 034 Kč	164 231 Kč	183 264 Kč	202 892 Kč
<b>(+) PŘÍJMY</b>												
TRŽBY	101 176 Kč	104 293 Kč	126 045 Kč	114 669 Kč	122 696 Kč	128 193 Kč	110 395 Kč	154 321 Kč	112 453 Kč	126 057 Kč	129 558 Kč	176 464 Kč
VKLAD	100 000 Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
<b>PŘÍJMY CELKEM</b>	<b>201 176 Kč</b>	<b>104 293 Kč</b>	<b>126 045 Kč</b>	<b>114 669 Kč</b>	<b>122 696 Kč</b>	<b>128 193 Kč</b>	<b>110 395 Kč</b>	<b>154 321 Kč</b>	<b>112 453 Kč</b>	<b>126 057 Kč</b>	<b>129 558 Kč</b>	<b>176 464 Kč</b>
<b>(-) VÝDAJE</b>												
<b>(-) VARIABILNÍ VÝDAJE</b>												
PŘÍMÉ NÁKLADY SPOJENÉ S PRODUKTEM	27 353 Kč	28 288 Kč	34 814 Kč	31 401 Kč	33 809 Kč	35 458 Kč	30 119 Kč	43 296 Kč	30 736 Kč	34 817 Kč	35 867 Kč	49 939 Kč
VÝDAJE NA POŘÍZENÍ ZBOŽÍ(na další měsíce)	40 948 Kč	42 481 Kč	51 659 Kč	46 522 Kč	49 972 Kč	52 307 Kč	44 830 Kč	64 682 Kč	45 808 Kč	51 569 Kč	52 897 Kč	73 561 Kč
POČÁTEČNÍ NÁKLADY	85 449 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
<b>VARIABILNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>153 750 Kč</b>	<b>70 769 Kč</b>	<b>86 473 Kč</b>	<b>77 923 Kč</b>	<b>83 781 Kč</b>	<b>87 765 Kč</b>	<b>74 949 Kč</b>	<b>107 978 Kč</b>	<b>76 544 Kč</b>	<b>86 386 Kč</b>	<b>88 764 Kč</b>	<b>123 500 Kč</b>
<b>(-) FIXNÍ VÝDAJE</b>												
REKLAMA	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
ENERGIE	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč
FINANČNÍ ODMĚNY	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
ÚČETNÍ	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč
DODAVATELÉ	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
MOBILNÍ OPERÁTOR	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč
NÁJEM	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč
WEBOVÁ DOMÉNA A HOSTING	349 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
JEDNORÁZOVÉ VÝDAJE	5 100 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
<b>FIXNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>21 671 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>	<b>16 222 Kč</b>
<b>(-) OSTATNÍ VÝDAJE</b>												
DAŇ Z PŘÍJMU	11 Kč	926 Kč	1 731 Kč	1 371 Kč	1 632 Kč	1 859 Kč	1 303 Kč	2 836 Kč	1 372 Kč	1 873 Kč	1 978 Kč	3 600 Kč
CLO	2 712 Kč	2 712 Kč	3 390 Kč	2 966 Kč	3 390 Kč	3 390 Kč	2 118 Kč	2 796 Kč	2 118 Kč	2 542 Kč	2 966 Kč	4 322 Kč
<b>OSTATNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>2 723 Kč</b>	<b>3 638 Kč</b>	<b>5 121 Kč</b>	<b>4 337 Kč</b>	<b>5 022 Kč</b>	<b>5 249 Kč</b>	<b>3 421 Kč</b>	<b>5 632 Kč</b>	<b>3 490 Kč</b>	<b>4 415 Kč</b>	<b>4 944 Kč</b>	<b>7 922 Kč</b>
<b>VÝDAJE CELKEM</b>	<b>178 144 Kč</b>	<b>90 628 Kč</b>	<b>107 816 Kč</b>	<b>98 481 Kč</b>	<b>105 025 Kč</b>	<b>109 236 Kč</b>	<b>94 591 Kč</b>	<b>129 832 Kč</b>	<b>96 256 Kč</b>	<b>107 023 Kč</b>	<b>109 930 Kč</b>	<b>147 644 Kč</b>
<b>ČISTÝ PENĚŽNÝ TOK (CELKOVÉ PŘÍJMY – CELKOVÉ VÝDAJE)</b>	<b>23 032 Kč</b>	<b>13 665 Kč</b>	<b>18 229 Kč</b>	<b>16 188 Kč</b>	<b>17 671 Kč</b>	<b>18 957 Kč</b>	<b>15 804 Kč</b>	<b>24 489 Kč</b>	<b>16 197 Kč</b>	<b>19 034 Kč</b>	<b>19 628 Kč</b>	<b>28 820 Kč</b>
<b>STAV POKLADNY A BÚ (POČÁTEČNÍ STAV + CELKOVÉ PŘÍJMY – CELKOVÉ VÝDAJE)</b>	<b>23 032 Kč</b>	<b>36 697 Kč</b>	<b>54 926 Kč</b>	<b>71 114 Kč</b>	<b>88 785 Kč</b>	<b>107 741 Kč</b>	<b>123 545 Kč</b>	<b>148 034 Kč</b>	<b>164 231 Kč</b>	<b>183 264 Kč</b>	<b>202 892 Kč</b>	<b>231 712 Kč</b>

## PŘÍLOHA P XXI: CASH FLOW PESIMISTICKÝ – DRUHÝ ROK

AFSHOP

PESIMISTICKÁ VERZE

	KVĚTEN	ČERVEN	ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ	ŘÍJEN	LISTOPAD	PROSINEC	LEDEN	ÚNOR	BŘEZEN	DUBEN
<b>STAV POKLADNY A BÚ</b>	<b>231 712 Kč</b>	<b>242 864 Kč</b>	<b>254 313 Kč</b>	<b>264 004 Kč</b>	<b>274 216 Kč</b>	<b>284 919 Kč</b>	<b>299 234 Kč</b>	<b>314 304 Kč</b>	<b>338 512 Kč</b>	<b>354 655 Kč</b>	<b>370 798 Kč</b>	<b>389 232 Kč</b>
<b>(+) PŘÍJMY</b>												
TRŽBY	129 459 Kč	129 459 Kč	121 222 Kč	122 321 Kč	124 819 Kč	143 551 Kč	147 408 Kč	194 006 Kč	152 214 Kč	152 214 Kč	163 541 Kč	178 934 Kč
VKLAD	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
<b>PŘÍJMY CELKEM</b>	<b>129 459 Kč</b>	<b>129 459 Kč</b>	<b>121 222 Kč</b>	<b>122 321 Kč</b>	<b>124 819 Kč</b>	<b>143 551 Kč</b>	<b>147 408 Kč</b>	<b>194 006 Kč</b>	<b>152 214 Kč</b>	<b>152 214 Kč</b>	<b>163 541 Kč</b>	<b>178 934 Kč</b>
<b>(-) VÝDAJE</b>												
<b>(-) VARIABILNÍ VÝDAJE</b>												
PŘÍMÉ NÁKLADY SPOJENÉ S PRODUKTEM	35 838 Kč	35 838 Kč	33 367 Kč	33 696 Kč	34 446 Kč	40 065 Kč	41 222 Kč	55 202 Kč	42 664 Kč	42 664 Kč	46 062 Kč	50 680 Kč
VÝDAJE NA POŘÍZENÍ ZBOŽÍ(na další měsíce)	52 550 Kč	52 550 Kč	48 852 Kč	49 008 Kč	50 180 Kč	58 364 Kč	60 177 Kč	80 687 Kč	62 278 Kč	62 278 Kč	67 258 Kč	74 016 Kč
POČÁTEČNÍ NÁKLADY	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
<b>VARIABILNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>88 388 Kč</b>	<b>88 388 Kč</b>	<b>82 219 Kč</b>	<b>82 704 Kč</b>	<b>84 626 Kč</b>	<b>98 429 Kč</b>	<b>101 399 Kč</b>	<b>135 889 Kč</b>	<b>104 942 Kč</b>	<b>104 942 Kč</b>	<b>113 320 Kč</b>	<b>124 696 Kč</b>
<b>(-) FIXNÍ VÝDAJE</b>												
REKLAMA	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
ENERGIE	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč	800 Kč
FINANČNÍ ODMĚNY	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč	19 900 Kč
ÚČETNÍ	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč
DODAVATELÉ	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
MOBILNÍ OPERÁTOR	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč	422 Kč
NÁJEM	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč	1 500 Kč
WEBOVÁ DOMÉNA A HOSTING	349 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
JEDNORÁZOVÉ VÝDAJE	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
<b>FIXNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>26 471 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>	<b>26 122 Kč</b>
<b>(-) OSTATNÍ VÝDAJE</b>												
DAŇ Z PŘÍJMU	482 Kč	534 Kč	224 Kč	316 Kč	403 Kč	1 040 Kč	1 173 Kč	2 786 Kč	1 363 Kč	1 363 Kč	1 767 Kč	2 306 Kč
CLO	2 966 Kč	2 966 Kč	2 966 Kč	2 966 Kč	2 966 Kč	3 644 Kč	3 644 Kč	5 000 Kč	3 644 Kč	3 644 Kč	3 898 Kč	4 322 Kč
<b>OSTATNÍ VÝDAJE CELKEM</b>	<b>3 448 Kč</b>	<b>3 500 Kč</b>	<b>3 190 Kč</b>	<b>3 282 Kč</b>	<b>3 369 Kč</b>	<b>4 684 Kč</b>	<b>4 817 Kč</b>	<b>7 786 Kč</b>	<b>5 007 Kč</b>	<b>5 007 Kč</b>	<b>5 665 Kč</b>	<b>6 628 Kč</b>
<b>VÝDAJE CELKEM</b>	<b>118 307 Kč</b>	<b>118 010 Kč</b>	<b>111 531 Kč</b>	<b>112 109 Kč</b>	<b>114 116 Kč</b>	<b>129 236 Kč</b>	<b>132 339 Kč</b>	<b>169 797 Kč</b>	<b>136 071 Kč</b>	<b>136 071 Kč</b>	<b>145 107 Kč</b>	<b>157 446 Kč</b>
<b>ČISTÝ PENĚŽNÝ TOK (CELKOVÉ PŘÍJMY - CELKOVÉ VÝDAJE)</b>	<b>11 152 Kč</b>	<b>11 449 Kč</b>	<b>9 691 Kč</b>	<b>10 212 Kč</b>	<b>10 703 Kč</b>	<b>14 315 Kč</b>	<b>15 069 Kč</b>	<b>24 209 Kč</b>	<b>16 143 Kč</b>	<b>16 143 Kč</b>	<b>18 434 Kč</b>	<b>21 488 Kč</b>
<b>STAV POKLADNY A BÚ (POČÁTEČNÍ STAV + CELKOVÉ PŘÍJMY - CELKOVÉ VÝDAJE)</b>	<b>242 864 Kč</b>	<b>254 313 Kč</b>	<b>264 004 Kč</b>	<b>274 216 Kč</b>	<b>284 919 Kč</b>	<b>299 234 Kč</b>	<b>314 304 Kč</b>	<b>338 512 Kč</b>	<b>354 655 Kč</b>	<b>370 798 Kč</b>	<b>389 232 Kč</b>	<b>410 720 Kč</b>

## **PŘÍLOHA P XXII: EXPORT KÓDU STRÁNKY Z WORDPRESSU**

Obsahuje:

- ZIP soubor kompletního exportu obsahu stránek z Wordpressu