

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**  
**FAKULTA EKONOMICKÁ**

Bakalářská práce

**Analýza trhu dodavatelů stavebních materiálů**

**An analysis of the market of the building material suppliers**

Michaela Grossová

Cheb 2014

## **Zadání práce**

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

*„Analýza trhu dodavatelů stavebních materiálů“*

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Chebu, dne

.....

podpis autora

### **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce, panu Dr. Ing. Jiřímu Hofmanovi, za pomoc, trpělivost a ochotu, čímž přispěl k metodickému vedení práce.

Děkuji také Ing. Romanu Zvolskému, jednateři a řediteli firmy KESSL spol. s r.o., který mi umožnil zpracovat bakalářskou práci ve svém podniku, za cenné rady a informace bez kterých by tato práce nemohla být vypracována.

V neposlední řadě bych také ráda poděkovala své rodině za pomoc a podporu.

# Obsah

Úvod.....	7
1 Charakteristika firmy .....	9
1.1 Charakteristika společnosti s ručením omezeným .....	9
1.2 Charakteristika firmy KESSL spol. s r.o.....	9
1.3 Zhodnocení firmy KESSL spol. s r.o. prostřednictvím finančních ukazatelů.....	11
1.3.1 Rentabilita.....	12
1.3.2 Likvidita .....	14
1.3.3 Aktivita .....	15
1.3.4 Zadluženost .....	16
1.4 Altmanovo Z-skóre (Altmanův model).....	17
2 Charakteristika trhu.....	20
2.1 Stručná charakteristika konkurentů.....	21
2.2 Marketingový mix .....	24
3 Analýza .....	28
3.1 E-mailová poptávka .....	28
3.2 Zhodnocení otevírací doby.....	31
3.3 Vlastní návštěva prodejních míst .....	35
3.4 Viditelnost jednotlivých firem ve vyhledávačích na internetu.....	47
Závěr .....	52
Seznam tabulek.....	54
Seznam obrázků.....	55
Seznam použitých zkratk.....	56

Seznam použitých zdrojů.....	57
Literatura.....	57
Internetové zdroje.....	58
Seznam příloh .....	59

## Úvod

Tato bakalářská práce byla domluvena prostřednictvím projektu Unipranet, který pomáhá se spoluprací vysokých škol se soukromým i veřejným sektorem. Takto se autorka rozhodla proto, že ji zaujala myšlenka zpracování bakalářské práce, která by pomohla dané organizaci a zároveň by splňovala kritéria po ukončení bakalářského studia. Rozhodnutí ještě podpořila zkušenost s nezájmem organizací spolupracovat se studenty a jakkoliv přispívat k jejich budoucímu vzdělání.

Téma práce: Analýza trhu dodavatelů stavebních materiálů, která je prováděna v Karlových Varech, autorku oslovila také proto, že s touto oblastí, tj. stavebnictvím v regionu Karlovy Vary, má jisté zkušenosti a není to pro ni krok do neznáma, a dovede si tedy představit faktické zpracování analýzy a konkrétní výstup.

Cílem práce je zhodnocení firmy KESSL spol. s r.o. na tomto trhu a také její porovnání s konkurencí, která se trhu nachází, neboť každý podnik potřebuje informace o svých konkurentech. Provedenou analýzou bude zjištěno, zda je sledovaná firma lepší než konkurenční firmy, jaké jsou její slabé stránky a v čem by se naopak mohla zlepšit. Také bude zjištěno, jakým směrem se tato firma ubírá, co do svého postavení na trhu, a na to je zapotřebí znalostí z teorie, které by měly být vhodně uplatněné na tomto trhu (v praxi).

Dále bude vyhodnoceno, jak jednotlivé firmy působí na potenciální zákazníky, jak s nimi komunikují, jak si vedou v oblasti získávání nových zákazníků, zda tyto firmy zákazník vnímá jako spolehlivé, a proto bude tato analýza zpracována z pohledu zákazníka.

Bakalářská práce by tedy měla firmě KESSL spol. s r.o. pomoci objasnit její postavení mezi konkurencí, a to prostřednictvím vybraných srovnávacích faktorů, které mají vysokou vypovídací hodnotu a byly vybrány na základě domluvy s jednatelem a zároveň ředitelem firmy KESSL spol. s r.o.

Práce začne charakteristikou firmy KESSL spol. s r.o. V první části bude uvedeno vedení společnosti, její podniková činnost, datum vzniku a také, jak se firma v čase rozrostla. Dále bude prostřednictvím vybraných finančních ukazatelů a Altmanova Z-skóre charakterizována její finanční stabilita.

V další části bude popsán trh stavebních materiálů a jednotliví konkurenti firmy KESSL spol. s r.o.

Ve třetí části bude provedena samotná analýza dodavatelů stavebních materiálů prostřednictvím e-mailové poptávky, zhodnocení otevírací doby prodejen, vlastní návštěvy prodejních míst a zhodnocení viditelnosti jednotlivých firem ve vyhledávačích na internetu.

Závěr bakalářské práce vyhodnotí výsledky analýzy a budou navržena případná zlepšení firmě KESSL spol. s r.o.



# 1 Charakteristika firmy

## 1.1 Charakteristika společnosti s ručením omezeným

Společnost může být založena jednou fyzickou osobou a nejvýše padesáti společníky a zakládá se společenskou smlouvou. Statutárním orgánem společnosti je jednatel.

Základní kapitál firmy musí být nejméně 200.000 Kč. Základní kapitál je tvořen vklady společníků, a to v minimální výši 20.000 Kč. Vklady musí být splaceny alespoň ve výši 30% před podáním návrhu na zápis do obchodního rejstříku a v součtu musí dávat minimálně 100.000 Kč. Základní kapitál může být navýšen v případě, že jsou všechny vklady společníků splaceny.

Při svém založení může společnost vytvořit rezervní fond, nejpozději v prvním roce dosažení čistého zisku, a to ve výši 10% tohoto zisku, avšak ne více než 5% základního kapitálu. V dalších letech se fond doplňuje o 5% čistého zisku, a to až do výše 10% základního kapitálu. Tento fond je určen pouze ke krytí ztráty společnosti. Společnost může vytvářet další fondy.

Společnost ručí za své závazky celým svým majetkem a společníci do výše nesplacených vkladů. Při plném splacení vkladů ručení společníků zaniká.

Zisk společnosti je zdaňován daní z příjmu právnických osob. V případném vyplacení podílů na zisku jsou tyto podíly dále zdaněny srážkovou daní u zdroje. Podíly jsou rozděleny dle výše splacených vkladů, pokud společenská smlouva nestanoví jinak.

## 1.2 Charakteristika firmy KESSL spol. s r.o.

Obchodní firma: KESSL spol. s r.o.

Datum vzniku: 7. 5. 1992

Sídlo: Jáchymovská 145/51, 360 04 Karlovy Vary

Předmět podnikání:

- Výroba stavebních hmot a stavebních výrobků
- Velkoobchod
- Specializovaný maloobchod

- Výroba chemických látek a chemických přípravků
- Geologické práce

Statutární orgán: Jan Zvolský  
 Ing. Roman Zvolský

Způsob jednání:

Jednatel společnosti je oprávněn jednat jménem společnosti samostatně a podepisovat za ni, a to ve všech věcech společnosti.

Jednatel se podepisuje za společnost tak, že k napsané nebo vytištěné firmě společnosti připojí svůj podpis.

Základní kapitál: 210.000 Kč (rozdělen na tři obchodní podíly)

Společníci:	Jan Zvolský	70.000 Kč
	Ing. Roman Zvolský	70.000 Kč
	Společný obchodní podíl	70.000 Kč:
		pí. Jiřina Kadlecová
		Ing. Vladimír Kadlec
		p. Pavel Kadlec
		Mgr. Hana Silovská

Všechny vklady jsou dle obchodního rejstříku splaceny.

Rezervní fond společnosti je tvořen ve výši 26.000 Kč, čímž převyšuje podmínku 10% základního kapitálu o 5.000 Kč.

Firma má tři prodejny rozmístěné v Karlovarském kraji a zaměstnává 28 zaměstnanců. Stěžejní prodejna je v sídle společnosti, kde se nachází prodejna stavebních materiálů a také kontaktní místo pro potřeby poskytování geologických služeb. V Otovicích u Karlových Varů se nachází výroba nátěrových hmot. V Sokolově a Kynšperku nad Ohří se nachází prodejny stavebních materiálů od roku 2007 a 2009.

Výroba stavebních hmot je realizována na základě vlastního vývoje a některým produktům byla přiznána ochranná známka. V současnosti tvoří hlavní pilíř výroby

malířské nátěry, fasádní nátěry, tmely a hydroizolační hmoty. Tmely se používají při utěsnění spár z venkovní strany budov a hydroizolační hmoty k izolaci betonových obvodů.

Prodej stavebních materiálů je velice rozmanitý a dalo by se říci, že se v prodejnách dá pořídit vše potřebné pro výstavbu rodinného domu.

### **1.3 Zhodnocení firmy KESSL spol. s r.o. prostřednictvím finančních ukazatelů**

Pro finanční řízení podniku jsou finanční ukazatele významnou součástí, jelikož vyjadřují majetkovou a finanční situaci podniku. Finanční analýza je nezbytná pro rozhodování managementu, jelikož poskytuje informace o finančním zdraví resp. finanční tísní podniku.

Podnik je považován za finančně zdravý, pokud je schopen trvale dosahovat zhodnocení vloženého kapitálu, a to s přihlédnutím k riziku odvětví, ve kterém podniká (k tomuto měření slouží ukazatele rentability).

Finanční analýza musí být prováděna soustavně (v pravidelných periodách ne delších než jeden rok) a za pomoci komplexních vstupních ukazatelů. Pro účely této práce ovšem postačí jen vybrané ukazatele, jelikož finanční analýza je obsáhlá součást podnikového řízení a její analýza předmětem práce není. Na druhou stranu pro vyhodnocení stavu firmy KESSL spol. s r.o. je nezbytné provést rozbor vybraných ukazatelů.

Zdrojem údajů pro finanční analýzu jsou zejména účetní výkazy, a to rozvaha, výkaz zisků a ztrát (viz. příloha A) a cashflow (přehled o peněžních tocích v podniku). Tyto výkazy jsou obsaženy v účetní závěrce, kterou má firma za povinnost zveřejnit. Jak již bylo řečeno, finanční analýza je prováděna soustavně a komplexně, ovšem lze přihlédnout k potřebám podniku nebo k potřebám uživatelů finanční analýzy. To znamená například, že nebude prováděna analýza tržní hodnoty u firmy, jejíž právní forma je jiná než akciová společnost, také uživatele z bankovních sektorů a věřitele bude zajímat analýza rentability či úvěrová stabilita nežli analýza aktivity apod.

Přístupy k finanční analýze jsou dva:

- fundamentální analýza – vychází z analytických zkušeností a znalostí

- technická analýza – vychází z postupů matematických a statistických

Oba tyto přístupy se většinou prolínají, neboť technická analýza je interpretována pomocí fundamentálních přístupů.

Pokud analyzujeme údaje přímo z rozvahy, jedná se o metodu absolutní, a zde je použit zejména fundamentální přístup. Absolutní ukazatele tedy představují údaj, který je zjištěn přímo z výkazů. Tyto veličiny mohou vyjadřovat stav k nějakému časovému okamžiku, a pak tedy hovoříme o stavových veličinách, nebo změnu stavu za nějaký časový úsek, a to jsou tokové veličiny.

V této práci budou přestaveny zejména relativní ukazatele prostřednictvím relativní metody, a to poměrové, které vyjadřují vztah dvou absolutních veličin (hlavně stavových), neboť: „*Poměrové ukazatele jsou základním metodickým nástrojem finanční analýzy.*“ (Hrdý M., Horová M., 2009, s. 124)

Rozdělení poměrových ukazatelů:

- ukazatele rentability
- ukazatele likvidity
- ukazatele aktivity
- ukazatele zadluženosti
- ukazatele kapitálového trhu

### ***1.3.1 Rentabilita***

Rentabilita neboli ziskovost. Tyto ukazatele poměřují zisk s dalšími veličinami.

Rentabilita kapitálu (ROI – angl. return on investment)

Vzorec pro výpočet:

zisk / celkový kapitál
------------------------

Do čitatele tohoto vzorce mohou být použity různé kategorie zisku – zisk po zdanění (EAT – angl. earn after taxes) nebo zisk před zdaněním a úroky (EBIT – angl. earn before interests and taxes) – zde je použit právě EBIT.

Výpočet:  $2\,113 / 41\,774 = 0,0506$

Výsledek udává, že koruna z celkového kapitálu vyprodukuje 0,0506 Kč zisku před zdaněním.

#### Rentabilita vlastního kapitálu (ROE – angl. return on equity)

Vzorec pro výpočet:

čistý zisk / vlastní kapitál

Výsledná hodnota udává, kolik korun zisku nám vyprodukuje jedna koruna vlastního kapitálu. Za pomoci tohoto ukazatele můžeme zhodnotit, zda kapitál investorů přináší dostatečný výnos. To znamená, že hodnota by měla být vyšší než hodnota výnosnosti alternativní investice. V našem případě by měla být vyšší než hodnota poměru čistého zisku v konkurenčních podnicích k jejich kapitálu, který je vložen do firmy KESSL spol. s r.o.

Výpočet:  $1\,685 / 24\,211 = 0,0696$

Výsledek nám říká, že každá koruna vlastního kapitálu vyprodukuje 0,0696 Kč čistého zisku.

#### Rentabilita tržeb (ROS – angl. return on sales)

Vzorec pro výpočet:

čistý zisk / tržby

Rentabilita tržeb nám udává, jak se tržby podílejí na tvorbě čistého zisku.

Výpočet:  $1\,685 / 98\,076 = 0,0172$

Podle výpočtu jedna koruna tržeb vyprodukuje 0,0172 Kč čistého zisku. Čím vyšší hodnota ukazatele, tím lépe, ovšem pokud má podnik rychlý obrat zásob a vysoký objem tržeb, tak ačkoli je rentabilita tržeb nízká, je situace příznivější, než kdyby tomu bylo naopak.

Doplňkovým ukazatelem pro rentabilitu tržeb je ukazatel nákladovosti, který se vypočítá:

$\text{náklady} / \text{tržby} = 1 - \text{rentabilita tržeb}$

Výpočet:  $1 - 0,0172$

Výsledek 0,9828 Kč udává, kolik nákladů podnik vynaložil na jednu korunu čistého zisku. Součet ukazatele výnosnosti tržeb a nákladovosti tržeb musí dávat 1.

### ***1.3.2 Likvidita***

Likvidita udává momentální schopnost podniku splácet své závazky. S pojmem likvidita souvisí likvidnost, která udává schopnost majetku transformovat se na peněžní prostředky. Jde o termín spojený s oběžným majetkem, jelikož je nejlíkvídnější.

#### Běžná likvidita

Vzorec pro výpočet:

oběžný majetek / krátkodobé závazky

Ta nám říká, kolikrát zaplatím krátkodobé závazky z celkového oběžného majetku.

Výpočet:  $31\,286 / 17\,563 = 1,781$

Dle výsledku jsou oběžná aktiva o 78,1% vyšší než krátkodobé závazky. Optimální hodnota tohoto ukazatele by se měla pohybovat v rozmezí 1,5 – 2,5.

#### Okamžitá (finanční) likvidita

Vzorec pro výpočet:

peněžní prostředky / krátkodobé závazky

Peněžními prostředky se rozumí hotovost v pokladně a peníze na běžném účtu. Opět nám výsledek říká, kolikrát zaplatíme krátkodobé závazky z peněžních prostředků, resp. o kolik jsou krátkodobé závazky vyšší než peněžní prostředky.

Výpočet:  $3\,855 / 17\,563 = 0,2195$

Výsledek můžeme interpretovat dvojím způsobem. Z peněžních prostředků uhradíme 21,95% krátkodobých závazků, nebo krátkodobé závazky jsou o 78,05% vyšší než peněžní prostředky. Optimální hodnota pro tohoto ukazatele je  $\geq 2$ .

### 1.3.3 Aktivita

Aktivita souvisí s hospodařením s aktivy.

#### Obrat celkových aktiv

Vzorec pro výpočet:

$$\text{tržby} / \text{celková aktiva}$$

Obrat celkových aktiv bývá také označován jako vázanost vloženého kapitálu. Udává, jak efektivně podnik hospodaří s celkovými aktivy.

Výpočet:  $98\,076 / 42\,761 = 2,294$

Výsledek nám říká, že se celková aktiva obrátí v tržby 2,294krát za rok. Optimální interval hodnot je 1,6 – 2,9. Pokud jsou hodnoty nižší, znamená to, že má společnost příliš nízké tržby vzhledem k výši svého majetku, takže je buď musí zvýšit, anebo snížit stav majetku.

#### Doba obratu pohledávek

Vzorec pro výpočet:

$$\text{pohledávky} / \text{Ø denní tržby}$$

Doba obratu pohledávek udává, za jak dlouho jsou pohledávky v průměru splaceny. Hodnota se porovná s průměrnou dobou splatnosti faktur vystavených a měla by odpovídat. V případě, že výsledná hodnota převyšuje dobu splatnosti faktur, může docházet k ohrožení finanční stability.

Výpočet:  $14\,703 / (98\,076/365) = 149,713$

#### Doba obratu závazků

Vzorec pro výpočet:

$$\text{závazky} / \text{Ø denní tržby}$$

Podobně jako u předchozího ukazatele i zde výsledek udává, za jak dlouho jsou závazky v průměru splaceny. Opět se výsledek porovná s průměrnou dobou splatnosti faktur přijatých.

Výpočet:  $17\,563 / 98\,076/365 = 178,834$

### ***1.3.4 Zadluženost***

Zadluženost znamená, že podnik používá k financování nejen vlastní zdroje, ale také cizí. Stabilitu podniku může toto financování ohrozit v případě, že náklady spojené s cizími zdroji převyšují příjmy z těchto zdrojů. Pod pojmem náklad se v tomto případě rozumí úrok.

#### Celková zadluženost

Vzorec pro výpočet:

$$\text{cizí kapitál (cizí zdroje) / celková aktiva}$$

Vzorec udává, jak vysoká je celková zadluženost podniku. Doporučuje se hodnota do 50 %.

Výpočet:  $17\,563 / 42\,761 = 0,411$

Výsledek 41,1% je příznivý, a při skutečnosti, že veškerý cizí kapitál spadá do krátkodobých závazků, není ohrožena dlouhodobá stabilita podniku.

#### Zadluženost vlastního kapitálu

Vzorec pro výpočet:

$$\text{cizí kapitál (cizí zdroje) / vlastní kapitál (vlastní zdroje)}$$

Tento ukazatel bývá významným pro banky při žádosti o poskytnutí úvěru, neboť udává míru zadluženosti podniku. Zadluženost by neměla být vyšší než jeden a půl násobek vlastního kapitálu. Při převrácení zlomku dostaneme vzorec pro výpočet míry finanční samostatnosti podniku.

Výpočet:  $17\,563 / 24\,211 = 0,725$

Výsledek udává, že cizí kapitál má hodnotu 72,5% vlastního kapitálu. Nebo se to také dá říci tak, že vlastní kapitál je o 37,85% vyšší než cizí.



## Úrokové krytí

Vzorec pro výpočet:

$$\text{EBIT} / \text{nákladové úroky}$$

Výpočtem zjistíme, kolikrát zaplatíme úroky ze zisku. Optimální hodnota se udává vyšší než 3. Pokud by výsledek byl například nižší než 1, znamenalo by to, že zisk ani nepokryje úhradu úroků.

Výpočet:  $2113 / 5 = 422,6$

Výsledek udává, že zisk je 422,6krát vyšší než úroky, které je nutno zaplatit.

### **1.4 Altmanovo Z-skóre (Altmanův model)**

Tento model se řadí mezi predikční modely, které se pokouší předpovědět eventuální bankrot podniku. Předpověď je zhotovena na základě analýzy soustavy vybraných poměrových ukazatelů.

Jednotlivé ukazatele jsou v tomto modelu proměnné ( $X_1$  až  $X_5$ ) a ke každé proměnné je přiřazena váha neboli diskriminační koeficient. Váhové hodnoty byly určeny na základě zkoumání několika desítek podniků v USA. Model existuje ve dvojím provedení, pro podniky veřejně obchodovatelné na burze a pro podniky veřejně neobchodovatelné na burze. Pro podnik KESSL spol. s r.o. je využit druhý model.

#### Definice proměnných

$X_1 = \text{čistý pracovní kapitál (oběžná aktiva – krátkodobé závazky)} / \text{celková aktiva}$

Tento koeficient porovnává čistý pracovní kapitál s celkovými aktivy. Čistý pracovní kapitál udává výši provozních prostředků po uhrazení krátkodobých závazků. Po porovnání čitatele a jmenovatele zjistíme, kolik procent z majetku je uloženo v zásobách, pohledávkách a finančních prostředcích.

Koeficientu  $X_1$  je uložena váha 0,717.

$X_2 = \text{nerozdělený zisk z minulých let} / \text{celková aktiva}$

Tento ukazatel udává podíl majetku, který si firma vyprodukovala a zadržela ve firmě. Takovému zadržení peněz je podporováno ze strany státu prostřednictvím srážkové daně.

Pokud zůstanou peníze ve firmě, nepříjde společnost o 15% zisku, a tyto prostředky jí tak umožní dynamičtější rozvoj.

Tento koeficient má váhu 0,847.

$$X_3 = EBIT / \text{celková aktiva}$$

Tento ukazatel se používá k měření rentability, a to ke zjištění výnosnosti celkových aktiv. Udává nám tedy, jak se celková aktiva podílí na tvorbě zisku.

Koeficient má přidělenou váhu 3,107.

$$X_4 = \text{tržní hodnota vlastního kapitálu (účetní hodnota vlastního kapitálu)} / \text{závazky}$$

Tato proměnná udává, v jakém poměru jsou peníze, které by podnik utržil s hodnotou dluhů. V našem případě je použita účetní hodnota vlastního kapitálu, to znamená peníze, které by podnik měl utržit. Ukazatel by měl být větší než 1, což říká, že firma bude schopna uhradit své závazky při rozprodání vloženého majetku. Lze tedy říci, že čím menší hodnota ukazatele, tím větší je pravděpodobnost úpadku.

Tato proměnná má váhu 0,42.

$$X_5 = \text{tržby} / \text{celková aktiva}$$

Viz. Kapitola 1.3.3. Aktivita – obrat celkových aktiv.

Hodnota přidělené váhy je 0,998

#### Výpočet a interpretace výsledku

Tab. č. 1: Altmanův model pro rok 2012

<b>Altmanův model pro rok 2012</b>				
	<b>Výpočet proměnné</b>	<b>Proměnná</b>	<b>Váha</b>	<b>proměnná * váha</b>
<b>X1</b>	13 723/42 761	0,3209	0,717	0,2301
<b>X2</b>	21 574/42 761	0,5045	0,847	0,4273
<b>X3</b>	2 113/42 761	0,0494	3,107	0,1535
<b>X4</b>	(42 761 - 17563)/17 563	1,4347	0,420	0,6026
<b>X5</b>	98 076/42 761	2,2936	0,998	2,2890
<b>Altmanův index 3,7025.</b>				

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Tab. č. 2: Altmanův model pro rok 2011

<i>Altmanův model pro rok 2011</i>				
	<b>Výpočet proměnné</b>	<b>Proměnná</b>	<b>Váha</b>	<b>proměnná * váha</b>
<b>X1</b>	12 613/44 343	0,2844	0,717	0,2039
<b>X2</b>	18 320/44 343	0,4131	0,847	0,3499
<b>X3</b>	4 367/44 343	0,0985	3,107	0,3060
<b>X4</b>	(44 343 - 19 744)/44 343	1,2459	0,420	0,5233
<b>X5</b>	121 009/44 343	2,7289	0,998	2,7234
<b>Altmanův index 4,1066.</b>				

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Tab. č. 3: Interpretace výsledné hodnoty

<b>Hodnota indexu</b>	<b>Stav podniku</b>
<b>Z &lt; 1,2</b>	pásmo bankrotu
<b>1,2 &lt; Z &lt; 2,9</b>	pásmo tzv. šedé zóny
<b>Z &gt; 2,9</b>	pásmo prosperity

Zdroj: HRDÝ, Milan a Michaela KRECHOVSKÁ. *Finance podniku*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009. ISBN 978-80-7357-492-5.

V obou po sobě jdoucích letech se podnik nachází v tzv. pásmu prosperity, z čehož vyplývá, že je velice nízká pravděpodobnost, že podnik dosáhne bankrotu. Nicméně je patrné, že došlo v roce 2012 ke snížení hodnoty indexu oproti roku 2011, a to o 0,4041. Pokud by ke stejné velkému snižování docházelo i v budoucích letech, firma KESSL spol. s r.o. by se nacházela v pásmu šedé zóny již v roce 2015. U tohoto pásma se již nedá jednoznačně určit, zda podnik je ohrožen bankrotem či nikoliv.

Snížení hodnoty indexu v roce 2012 bylo způsobeno poklesem koeficientu  $X_3$ , neboli poklesem rentability celkových aktiv, došlo tedy ke snížení zisku oproti roku 2011. Také došlo k poklesu koeficientu  $X_5$ , který určuje obrat aktiv. Zde došlo k poklesu tržeb, což opět souvisí s poklesem zisku.

## 2 Charakteristika trhu

Obecně je trh definován jako místo, kde se střetává na jedné straně nabídka a na druhé poptávka, a kde dochází ke směně. Trh je také: „*Soubor osob, které aktuálně nebo potenciálně uspokojí v určitých situacích daným výrobkem či službou jednu nebo několik potřeb.*“ (Kotler P., Trias de Bes F., 2005, s. 38)

Trh stavebních materiálů je trhem statků a služeb, kde nabízející jsou firmy a poptávající jsou fyzické nebo právnické osoby. Tyto obchodní vztahy jsou realizovány zejména mezi podnikateli a zákazníky, to znamená, že se jedná o vztahy bussines-to-customer, kde jde hlavně o získávání nových zákazníků. Na trhu se stavebninami dochází také ke vtažům bussines-to-bussines, neboli obchodním vztahům mezi dvěma podnikateli. Ne zřídka dochází také ke vztahům bussines-to-government, kde poptávajícím je stát, který zadává veřejné zakázky.

Na tomto trhu se jedná o typ konkurence na straně nabídky, jelikož existuje přebytek zboží, neboli nabídky, z čehož vyplývá, že firmy musí své zákazníky získat a udržet pomocí cenové konkurence (snižování tržní ceny výrobků a služeb, snižování výrobních nákladů, ovšem ne skrze dumpingové ceny) a necenové konkurence (zvyšování kvality, rozšiřování prodejní sítě, reklamou, podporou image firmy aj.).

Z údajů Českého statistického úřadu, který každoročně sleduje produkci odvětví, je vidět, že produkce stavebních prací od roku 2009 klesá.

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou dodavatelů stavebních materiálů, a to na území města Karlovy Vary. Z hlediska územního rozdělení trhů se jedná o trh oblastní neboli místní a svou rozlohou 59 km<sup>2</sup> udává území, na kterém bude tato práce založena. Po domluvě s Ing. Zvolským, jednatelem společnosti KESSL spol. s r.o., pro kterou a u které je analýza zpracovávána, bylo určeno sedm hlavních konkurentů této společnosti, se kterými má být porovnána. Z těchto sedmi určených konkurentů zbylo šest, neboť společnost PVP FAMILY – spol. s r.o. dne 17.7.2013 podala návrh na insolvenční řízení a v současné době není znám způsob řešení úpadku.

## **2.1 Stručná charakteristika konkurentů**

Jak již bylo uvedeno, analýza se bude týkat firmy KESSL spol. s r.o. a jejich šesti bezprostředních konkurentů, kteří se firmě nejvíce podobají. Vybraná konkurence prodává na stejném cílovém trhu a používá stejný marketingový mix.

### DEKTRADE a.s.

Akciová společnost vznikla 8.3.1993 a sídlí v Praze 10. Základní kapitál činí 100.000.000 Kč, který je rozdělen do 100 ks akcií na jméno v listinné podobě.

Předmět podnikání zapsaný v obchodním rejstříku:

- projektová činnost ve výstavbě
- obráběčství
- zpracování kamene
- poskytování služeb v oblasti BOZP
- silniční motorová doprava
- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Společnost podniká na celém území České republiky a má 51 poboček ve všech krajích. V Karlových Varech se nachází na adrese Sportovní 15. Firma zaměstnává 1126 zaměstnanců.

### PRO-DOMA, spol. s r.o.

Společnost s ručením omezeným vznikla 12.7.1990 a sídlí v Praze 9. Základní kapitál činí 505.000.000 Kč. Firma se od roku 2003 expanzivně rozrostla o 42 poboček na území celé České republiky a v současné době vlastní 52 poboček.

Předmět podnikání zapsaný v obchodním rejstříku:

- provádění staveb, jejich změn a odstraňování
- silniční motorová doprava
- pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor
- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Společnost zaměstnává celkem 388 zaměstnanců. V Karlových Varech se nachází v ulici Jáchymovská 104/40.

#### STAVMAT IN, a.s.

Společnost vznikla 22.2.2000, a to jako Stavmat plus CZ a. s. V roce 2004 se původní název změnil na STAVMAT IN, a.s. Základní kapitál společnosti činní 85.000.000 Kč. Z důvodu špatné čitelnosti výroční zprávy společnosti není možné vyčíst počet a druh akcií. Firma zaměstnává celkem 70 zaměstnanců.

Předmět podnikání zapsaný v obchodním rejstříku:

- nákup materiálu za účelem jeho dalšího prodeje

Firma vlastní devět prodejen, dvě v západních Čechách a zbytek na Moravě. V Karlových Varech se nachází v ulici Nad Dvorem 1.

#### Raab Karcher

Název firmy zní Saint-Gobain Building Distribution CZ, spol. s r.o., Raab Karcher je název prodejen, pod kterými společnost podniká. Sídlo společnosti se nachází v Rudné. Dle obchodního rejstříku firma vznikla 29.3.1993. Základní kapitál je ve výši 802.271.000 Kč.

Předmět podnikání dle obchodního rejstříku:

- provádění staveb, jejich změn a odstraňování
- vodo-instalatérství, topenářství
- silniční motorová doprava
- činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence
- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Firma zaměstnává 627 zaměstnanců a vlastní 50 prodejen po celé České republice. V Karlových Varech se nachází v ulici Fričova 411/4.

#### KARLOMIX - TRADE s.r.o.

Společnost vznikla 8.10.1997 a má sídlo v Karlových Varech – Rosnicích. Základní kapitál dle obchodního rejstříku činní 100.000 Kč, což je v rozporu se

současným obchodním zákoníkem, kde je stanovena minimální výše základního kapitálu 200.000 Kč. Do roku 2000 byla obchodním zákoníkem stanovena minimální výše základního kapitálu na částku 100.000 Kč a společnosti vzniklé před rokem 2001 nemusí tento základní kapitál navyšovat. Firma zaměstnává 10 zaměstnanců.

Předmět podnikání dle obchodního rejstříku:

- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Firma má jedinou prodejnu na adrese Rosnice 63, Karlovy Vary.

#### IZOMAT Praha s.r.o.

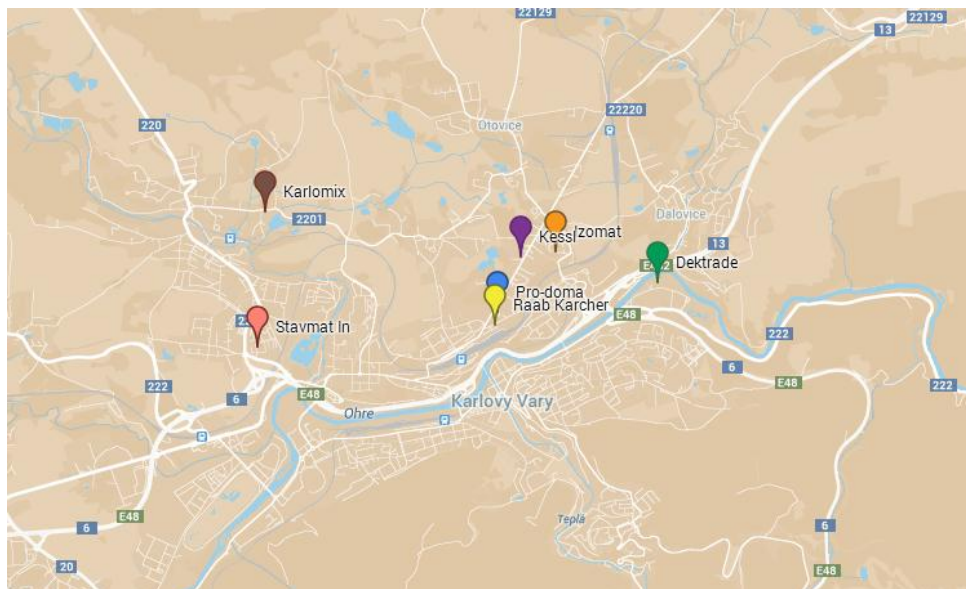
Název obchodní firmy do roku 2004 byl IZOMAT Praha, s.r.o. v jazyce českém. V současné době je název IZOMAT Praha s.r.o. Firma vznikla 23.12.1991. Sídlo společnosti se nachází v Praze 1. Základní kapitál společnosti je ve výši 1.000.000 Kč.

Předmět podnikání zapsaný v obchodním rejstříku:

- výroba a montáž výrobků pro izolační techniku
- koupě zboží za účelem dalšího prodeje
- poradenství v oboru izolační technika
- silniční motorová doprava
- drobné zámečnické práce nevyžadující odbornost

Firma vlastní 18 prodejen po celé České republice a zaměstnává 213 zaměstnanců. V Karlových Varech se nachází na adrese Teplárenská 245/25.

Obr. č. 1: Mapa rozmístění stavebních firem



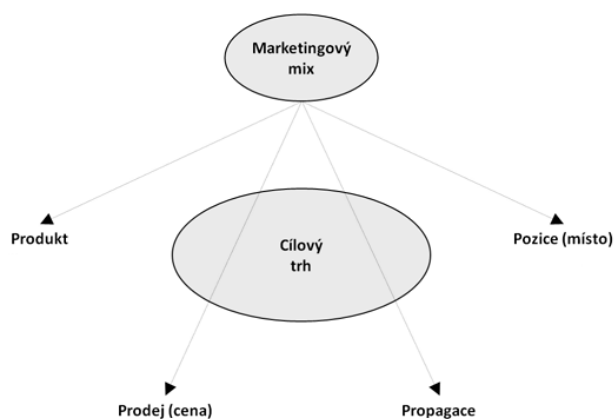
Zdroj:google.com/maps, 2014

## 2.2 Marketingový mix

Protože je vlastní analýza zpracována z pohledu zákazníka, je nutné charakterizovat marketingový mix 4C, který je obdobou marketingového mixu 4P, ovšem z pohledu zákazníka a ne z pohledu firmy, jako je tomu u 4P.

Mix 4P je souborem nástrojů, jimiž podnik působí na cílový trh a jejichž prostřednictvím dosahuje podnikových cílů a vzbuzuje poptávku po svém produktu. Tyto čtyři složky navrhl v 60. letech profesor Jerome McCarthy.

Obr. č. 2: 4P



Zdroj: managementmania.com/cs/marketingovy-mix-4p, 2014



## Produkt

Produkt neboli výrobek neoznačuje samotné jádro produktu, ale celou řadu dalších faktorů, které rozhodují o tom, jak uspokojit zákaznické očekávání. Mezi tyto faktory patří: kvalita výrobku či služby, design, image podniku, obal, služby, záruky aj.

Kvalita a rozmanitost produktů je jedním z hlavních faktorů v oblasti stavebních materiálů, také služby spojené s produktem, jako je doprava zakoupeného materiálu, hrají důležitou roli.

## Cena

Cena není jen hodnota produktu v penězích, ale zahrnuje také termíny a podmínky placení, slevy nebo možnosti úvěrů.

Zejména slevy ceníkových cen jsou v oblasti prodeje stavebních materiálů klíčové, pro získávání a udržení zákazníků.

## Propagace

Třetí „P“ udává, jak budou zákazníci informováni o produktu. Toto je realizováno pomocí reklamy, podpory prodeje, přímého marketingu, public relation a prodejních sil.

## Místo

Místo udává, jakým způsobem bude produkt distribuován k zákazníkům, kde bude prodáván, jak dostupná distribuční síť bude (otevírací doba a pokrytí) a jaké bude zásobování.

Zde by měl být kladen důraz zejména na dostupnost distribuční sítě a její zásobování.

Jelikož v současné době nabídka vysoce převyšuje poptávku, je nutné dívat se na trh očima zákazníka, jelikož on je ve středu dění. Úkolem současného marketingu se tedy stává přizpůsobení výrobků či služeb individuálním potřebám každého zákazníka. S tím pracuje koncept 4C, který v 90. letech navrhl profesor Lauterborn. Ze 4P se tak staly 4C.

Tab. č. 4: 4P a 4C

4P	4C
<b>Product - Produkt/výrobek</b>	Customer value - Hodnota pro zákazníka
<b>Price - Cena</b>	Cost to customer - Náklad pro zákazníka
<b>Place - Místo/distribuce</b>	Convenience - Zákaznické pohodlí
<b>Promotion - Propagace</b>	Comunication - Komunikace

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

#### Hodnota pro zákazníka

Zákazník si vybere ten produkt, o kterém je přesvědčen, že mu poskytne největší hodnotu. S ní souvisí explicitní i implicitní výhody při koupi daného výrobku či služby. Tato hodnota může být také chápána jako porovnání očekávání zákazníka s výkonem výrobku/služby. Pokud výkon splní nebo dokonce předčí jeho očekávání, pak je zákazník spokojen.

#### Náklad pro zákazníka

Cena je pro zákazníka náklad, který mu koupí vzniká. S náklady na koupi souvisí také dodatečné náklady na výrobek či službu. Když si někdo kupuje fasádní nátěry, zajímá se o to, jak dlouho mu na jeho nemovitosti vydrží nebo u zateplovacích materiálů nás bude zajímat, kolik tepla izolují.

Tento náklad je vždy porovnáván s hodnotou výrobku/služby.

#### Zákaznické pohodlí

Dostupnost uspokojení potřeby pro zákazníka je místo prodeje a celková distribuce výrobku/služby. Zde se jedná zejména realizaci nákupu prostřednictvím návštěvy prodejny, popřípadě přes internet. Také je důležitý vzhled prodejny, zákazník bude raději nakupovat v moderní, než v zastaralé prodejně. Podobně je to také v e-shopech, zákazník nakoupí na takových www stránkách, které vzbuzují důvěru, než u těch, které mají amatérský vzhled, jsou pomalé a s nefunkčními a neaktuálními odkazy.

U prodejen je také důležitá přehlednost zboží a jeho umístění, případně personál, který bude vždy ochoten a schopen poradit zákazníkovi.

S tímto souvisí také, pokud je to zapotřebí, zprostředkování přepravy.

## Komunikace

Zákazník nestojí o „zahlcení“ reklamou, ale o komunikaci s podnikem. Ta je v současné době realizována zejména pomocí IC/IT technologií prostřednictvím internetu, a to prostřednictvím www stránek organizace, e-mailu nebo sociálních sítí. Komunikace je také realizována pomocí jiných médií, jako časopisů, novin, rádií či televize.

Zákazník dává přednost obousměrným kanálům jako je např. e-mail nebo sociální síť, než jednosměrným jako je třeba reklama.

### 3 Analýza

Porovnání firmy KESSL spol. s r.o. s vybranou konkurencí je rozděleno na 4 části. Všichni byli osloveni prostřednictvím elektronické pošty s určitou poptávkou, byla zhodnocena otevírací doba jednotlivých prodejen, poté došlo k přímé návštěvě obchodů a nakonec byla analyzována viditelnost jednotlivých firem ve vyhledávačích.

#### 3.1 E-mailová poptávka

Na webových stránkách jednotlivých firem byly nalezeny kontaktní e-mailové adresy, na které byly odeslány poptávky v následujícím znění:

*Dobrý den,*

*chystáme se na rekonstrukci staršího rodinného domku v okolí Karlových Varů a prosím Vás o cenovou kalkulaci všech potřebných materiálů. Jedná se o zateplení a fasádu (160 m<sup>2</sup>). Dohodli jsme se na polystyrénu o šířce 14 cm a finální úpravě omítkou zrna cca 2mm ve světle okrové barvě. Kotvení systému bude do stávajícího cihelného zdiva s vyspravenou omítkou.*

*Na vnitřní úpravy bychom potřebovali nějaké příčkovky Ytong, jednovrstvou omítku, cement a nějakou levnější hydroizolaci typu IPA.*

*Na závěr zámkovou dlažbu na přístupový chodníček v šedé barvě, a pokud možno tu nejlevnější.*

*Také by mě zajímalo, zda je možná doprava materiálů.*

*Jelikož byla koupě domku pro nás velmi finančně náročná, prosím Vás o vypracování nějaké cenově vstřícné nabídky.*

*S pozdravem*

*M. Grossová*

Tento e-mail byl odeslán 24.9.2013 ve 14:00 hod.

Poptávka měla prověřit, jak firmy komunikují s potenciálním zákazníkem. Očekávaná odpověď měla zahrnovat předběžnou kalkulaci potřebných materiálů a odkaz na schůzku. Samozřejmostí je adekvátní doba čekání na odpověď, ta není stanovena s hodinovou přesností, ale optimální je odpověď do 24 hodin.

Z tohoto vyplývá, že hlavním kritériem pro hodnocení je rychlost odpovědi a kvalita odpovědi (zda zákazníkovi byly sděleny potřebné informace).

Reakce jednotlivých firem:

DEKTRADE a.s.

Od této firmy byla obdržena téměř okamžitá odpověď. Bylo poděkováno za poptávku materiálu a doporučeno sjednání schůzky pro detailní rozbor zakázky.

IZOMAT Praha s.r.o.

Reakce firmy IZOMAT Praha s.r.o. byla okamžitá. Bylo opět poděkováno za poptávku a v příloze byla přiložená kalkulace (viz. příloha B). Zároveň firma ujistila, že případné dotazy ohledně zaslané kalkulace budou kdykoliv zodpovězeny.

KARLOMIX - TRADE s.r.o.

Odpověď za 24 hodin společně s kalkulací (viz. příloha C). Komunikace ze strany KARLOMIX - TRADE s.r.o. byla poněkud odměřená, a zákazníka by ke spolupráci nejspíše nepřesvědčila.

Odpověď byla následující:

*Dobrý den,*

*V příloze posílám nabídku na poptávané materiály.*

*Dopravu jsme schopni zajistit.*

*Máme malé auto dodávku i velké auto s hydraulickou rukou.*

*V případě dotazů mě kontaktujte.*

*Jméno Příjmení*

Očekávaná adekvátní odpověď by mohla znít například takto:

*Dobrý den,*

*Děkujeme za Vaši poptávku. V příloze zasílám naši nabídku. Dopravu samozřejmě rádi zajistíme, disponujeme malou dodávkou a velkým autem s hydraulickou rukou.*

*V případě dotazů mě prosím kontaktujte.*

*S pozdravem XY*

Je patrné, že obchodní zástupce firmy KARLOMIX - TRADE s.r.o. nemá základní komunikační dovednosti. Jejich absence může vést až ke ztrátě některých zakázek, což na trhu s přebytkovou nabídkou znamená problém.

PRO-DOMA, spol. s r.o.

Odpověď přišla po dvou dnech, ve které byl vyjádřen dotaz ohledně telefonního čísla pro domluvení společné schůzky. Tato komunikace tedy nesplnila očekávání ohledně odpovědi do 24 hodin. Nesplnila ani očekávanou formu komunikace, a to e-mailem, kterým ji zákazník oslovil, neboť nechtěl prozatím nikam jezdit a osobně něco domlouvat na schůzce.

Raab Karcher

S odesláním e-mailu této firmě byl velký problém. E-mail byl vrácen s tím, že doručovací schránka je plná, a tak bylo do firmy zatelefonováno, zda by mohli sdělit nějakou adresu pro doručení. Paní na telefonu tvrdila, že schránka plná být nemůže a ať to zkusíme ještě jednou. Nic víc neřešila, neřekla, co máme dělat, pokud to stále nepůjde, a ani ji nezajímalo, čeho se e-mail týká.

Z této komunikace by zákazník opět neměl dobrý pocit, jednak kvůli plné e-mailové schránce, ale také kvůli přístupu obchodní zástupkyně.

Od firmy KESSL spol. s r.o. a firmy STAVMAT IN, a.s. nebyla obdržena žádná reakce.

Z hlediska e-mailové komunikace dopadl nejlépe IZOMAT Praha s.r.o., poté DEKTRADE a.s. a KARLOMIX - TRADE s.r.o. Někde v půlce je uvedena firma PRO-DOMA, spol. s r.o. za alespoň malou reakci a firmy Raab Karcher, KESSL spol. s r.o. a STAVMAT IN, a.s. se dělí o pomyslnou poslední příčku.

### 3.2 Zhodnocení otevírací doby

#### DEKTRADE a.s.

PO – PÁ 7:00 – 16:00

SO zavřeno

NE zavřeno

Firma jako jediná ze zkoumaných, nemá v sobotu otevřeno, čímž se připravuje o potenciální zákazníky z řad domácích kutilů, jelikož délka otevírací doby v pracovní dny je pro většinu pracujících nedostupná. Proto by se dalo říci, že firma se zaměřuje na podnikatele, kteří působí ve stavebnictví nebo například osoby samostatně výdělečně činné živící se zednickými pracemi.

Celkový počet hodin v týdnu, kdy má firma otevřeno je 45.

#### PRO-DOMA, spol. s r.o.

PO – PÁ 7:00 – 17:00

SO 7:00 – 12:00

NE zavřeno

Tyto stavebniny mají rozšířený svůj cílový trh oproti těm předchozím a dalo by se říci, že jen díky jednomu otevíracímu dni navíc. Fyzické osoby, které si chtějí samovýrobou, prostřednictvím stavebních prací, cokoliv doma nebo na zahradě opravit nebo vyrobit, mají možnost zde v sobotu nakoupit. Otevírací doba v týdnu je také o hodinu delší, což opět vytváří příležitost získat více zákazníků, neboť většina pracujících skončí v zaměstnání kolem 15:00 nebo 16:00 hodin, je tedy vyšší pravděpodobnost, že zde nakoupit stihnou.

Celkový počet hodin v týdnu, kdy má firma otevřeno je 55.

#### KESSL spol. s r.o.

PO – PÁ 7:00 – 18:00

SO 8:00 – 12:00

NE zavřeno

Otevírací doba firmy KESSL spol. s r.o. je velice podobná stavebninám PRO-DOMA, spol. s r.o., neboť se jedná o nejbližšího konkurenta stavebnin KESSL spol. s r.o. Zde vidíme, že se snaží získat více zákazníků delší otevírací dobou přes týden, než stavebniny PRO-DOMA, spol. s r.o.

Celkový počet hodin v týdnu, kdy má firma otevřeno je 59.

#### STAVMAT IN, a.s.

	Letní období	Zimní období
PO – PÁ	7:00 – 17:00	7:00 – 16:00
SO	8:00 – 11:00	8:00 – 11:00
NE	zavřeno	zavřeno

Tyto stavebniny, jako jedny z mála, vzaly v úvahu vyšší poptávku po staveních materiálech v letním období a nižší poptávku v zimním období a uzpůsobily tomu svou otevírací dobu.

Chybí zde ovšem informace, od kdy platí letní a od kdy zase zimní otevírací doba.

Celkový počet hodin v týdnu, kdy má firma otevřeno je 53 v letním období a 48 v období zimním.

#### Raab Karcher

PO – PÁ	7:00 – 16:00
SO	8:00 – 12:00
NE	zavřeno

Otevírací doba stavebnin Raab Karcher je, jako u firmy DEKTRADE a.s., v týdnu krátká, ovšem na rozdíl od DEKTRADE a.s., ji kompenzuje v sobotu, kdy má otevřeno.

Celkový počet hodin v týdnu, kdy má firma otevřeno je 49.

#### KARLOMIX - TRADE s.r.o.

Letní období (1. 4. – 31. 10.)	Zimní období (1. 11. – 31. 3.)
PO – PÁ	7:00 – 18:00



SO	8:00 – 17:00	8:00 – 15:00
NE	8:00 – 12:00	8:00 – 12:00

Firma KARLOMIX - TRADE s.r.o., jako druhá ze zkoumaných firem, svou otevírací dobu přizpůsobila sezónním výkyvům v poptávce po stavebních materiálech a také nezapomněla letní a zimní období specifikovat. Jako jediná má otevřeno po celý týden.

Celkový počet hodin v týdnu, kdy má firma otevřeno je 68 v letním období a 66 v zimním období.

IZOMAT Praha s.r.o.

PO – PÁ	7:00 – 17:00
SO	8:00 – 12:00
NE	zavřeno

Stavebniny IZOMAT Praha s.r.o. se se svou otevírací dobou nijak neliší od většiny předchozích.

Celkový počet hodin v týdnu, kdy má firma otevřeno je 54.

Tab. č. 5: Otevírací doby

	<b>Dek-trade</b>	<b>Pro-doma</b>	<b>Kessl</b>	<b>Stavmat-In</b>	<b>Raab Karcher</b>	<b>Karlo-mix</b>	<b>Izomat</b>
<b>PO - PÁ</b>	7:00 - 16:00	7:00 - 17:00	7:00 - 18:00	7:00 - 17:00	7:00 - 16:00	7:00 - 18:00	7:00 - 17:00
<b>SO</b>	/	7:00 - 12:00	8:00 - 12:00	8:00 - 11:00	8:00 - 12:00	8:00 - 17:00	8:00 - 12:00
<b>NE</b>	/	/	/	/	/	8:00 - 12:00	/
<b>Cel-kem</b>	<b>45</b>	<b>55</b>	<b>59</b>	<b>53</b>	<b>49</b>	<b>68</b>	<b>54</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

V tabulce č. 4 je přehledně zobrazena otevírací doba jednotlivých firem i s celkovým počtem otevíracích hodin v týdnu. U firmy KARLOMIX - TRADE s.r.o. a STAVMAT IN, a.s. je uvedena otevírací doba v letním období, která je pro stavební práce stěžejní.

Zde je vidět, že stavebniny, které se nacházejí velice blízko u sebe (KESSL spol. s r.o., IZOMAT Praha s.r.o., PRO-DOMA, spol. s r.o. a Raab Karcher), mají i velmi podobnou otevírací dobu.

Firma KARLOMIX - TRADE s.r.o. je bezkonkurenčně nejdostupnější, co do otevírací doby, hned za ní je to firma KESSL spol. s r.o., která má v týdnu stejně dlouho otevřeno jako KARLOMIX - TRADE s.r.o., a další jsou stavebniny PRO-DOMA, spol. s r.o., IZOMAT Praha s.r.o., které se nacházejí v těsné blízkosti firmy KESSL spol. s r.o. Dále STAVMAT IN, a.s., Raab Karcher a nakonec DEKTRADE a.s., který se svými 45 hodinami, kdy má otevřeno, je na poslední příčce dostupnosti.

Pro zákazníka, který například prodává služby v oblasti stavebních prací a stavebniny využívá jako svého dodavatele stavebních materiálů, je otevírací doba například firmy DEKTRADE a.s. dostačující, ovšem také on dá přednost stavebninám, které mu budou k dispozici minimálně jeden den o víkendu, natož celý víkend, neboť vždy se může stát, že nebude stačit např.: perlinka, omítka, cement nebo že se rozbije dlažba, která byla koupena přesně na metry čtvereční.

Toto vyplývá z marketingového mixu 4C, který je obměnou marketingové mixu 4P z pohledu zákazníka. Place (z *angl.* - *místo*) udává místo prodeje produktu, včetně distribučních cest a dostupnosti. Place koresponduje právě s *convenience* (z *angl.* - *pohodlí*). Právě toto zákaznické pohodlí, kromě jiného, zahrnuje také otevírací dobu, na základě které se zákazník také může rozhodnout o svém dodavateli.

### 3.3 Vlastní návštěva prodejních míst

Při osobní návštěvě byla hodnocena celá řada faktorů. V první řadě jde o dostupnost, a to zejména automobilem, který použije většina zákazníků, ale také městskou hromadnou dopravou. Okolí prodejny je to první co potenciální zákazník uvidí, proto je hodnocen také dojem z okolí prodejny. Velmi důležitý je ovšem dojem ze zaměstnanců. Zde zákazníka velice ovlivní jejich vystupování, vědomosti, ochota poradit a také informace od nich získané.

Poslední důležitá informace, která bude při osobní návštěvě zjišťována, je možnost přepravy zakoupeného materiálu.

Na základě poskytnutých údajů je vyhotovena u každé firmy následující tabulka, kde jsou jednotlivá kritéria ohodnocena body. Pět bodů je maximum, které může u jednotlivých kritérií každá firma dostat. Tyto body jsou nadále násobeny příslušnou váhovou hodnotou, podle toho, o jak důležité kritérium jde.

Tab. č. 6: Vzor hodnocení

<b>Kritéria</b>	<b>Váha</b>	<b>Body</b>	<b>Váha*Body</b>
<i>Dostupnost prodejny</i>	0,50	1 až 5	Max 2,50
<i>Okolí prodejny</i>	0,25	1 až 5	Max 1,25
<i>Reakce zaměstnanců</i>	0,25	1 až 5	Max 1,25
<i>Ochota zaměstnanců</i>	0,50	1 až 5	Max 2,50
<i>Poskytnuté informace</i>	0,75	1 až 5	Max 3,75
<i>Přeprava materiálů</i>	0,75	1 až 5	Max 3,75
<b>Počet dosažených bodů</b>			<b>Max 15</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

#### *Dostupnost prodejny*

U tohoto kritéria je hodnocena dostupnost městskou hromadnou dopravou a automobilem. Pokud zastávka MHD není přímo v blízkosti firmy, je důležité, aby k ní byl dobrý přístup pěšky.

Váha je stanovena 0,5 a to znamená, že se jedná o středně důležité kritérium pro zákazníka.

### *Okolí prodejny*

Zde je hodnocena upravenost areálu stavebnin a také, jak dobře je vyznačena prodejna, pokud je areál rozsáhlejší.

Váha je stanovena 0,25, jedná se o méně důležitý ukazatel.

### *Reakce zaměstnanců*

Zde se hodnotí reakce zaměstnanců na zákazníka, když vstoupí do prodejny. Důležité je, aby byli k dispozici zákazníkovi poradit a sami se nabídli.

Váha je stanovena 0,25, jedná se opět o méně důležitý ukazatel.

### *Ochota zaměstnanců*

Zákazník je citlivý na to, jak příjemné vystupování zaměstnanci mají. Pokud jsou neochotní a nemají zájem se zákazníkovi věnovat, je pravděpodobné, že ho odradí od nákupu a jakékoliv další spolupráce. A naopak, přílišná horlivost ze strany zaměstnanců a opakované oslovování, zda zákazník nepotřebuje poradit, také není příjemná.

Váha je stanovena 0,5, jedná se o středně důležité kritérium.

### *Poskytnuté informace*

Informace se hodnotí podle toho, kolik jich bylo poskytnuto, a také o jak kvalitní informace se jedná. Jde o informace, které se týkají materiálů, dopravy a také, zda firma nabídla vyhotovení předběžné kalkulace.

Váha je stanovena 0,75, jde o jeden z nejdůležitějších ukazatelů, které udávají kvalitu poskytovaných služeb.

### *Přeprava materiálu*

Toto kritérium zahrnuje možnost přepravy zakoupeného materiálu. Pokud si ve stavebninách zakoupíme materiál, předpokládáme, že nám firmy zprostředkují jeho přepravu na určené místo.

Váha je stanovena 0,75, jde také o velmi důležitý ukazatel. Pokud bychom totiž neměli možnost materiál si sami přepravit, vždy se obrátíme na firmu, která nám tuto přepravu zprostředkuje, a proto se také jedná o ukazatel vypovídající o kvalitě poskytovaných služeb.

## KESSL spol. s r.o.

Dostupnost městskou hromadnou dopravou i automobilem je výborná. Zastávka MHD se nachází přímo naproti firmě a firma disponuje vlastním parkovištěm. První dojem při vstupu do objektu je také bez výhrad, okolí je dobře upravené a celý komplex působí velmi profesionálně.

Prodejna je moderní a na první pohled dobře udržovaná. Při návštěvě bylo procházeno kolem regálů a očekáváno, zda si prodávající zákazníka všimne, což se nestalo. Když jsme došli k pokladně, museli jsme čekat, než budeme obslouženi, jelikož paní vedla zjevně soukromý rozhovor s nějakým návštěvníkem, a ani když jsme přistoupili k pultu, nevypadalo to, že by chtěla rozhovor ukončit, což je značně neprofesionální. Když se nám pak začala věnovat, byla ochotná a vstřícná. Byl jí sdělen náš záměr s rekonstrukcí. Překvapilo nás ohledně cen stavebních materiálů, že budou vždy zlevněny, a to tak, aby celková cena faktury nepřekročila cenu konkurence nebo, pokud bychom si materiál brali přes smluvního podnikatele<sup>1</sup>, se kterým bychom se domluvili na zednických pracích, by byly zlevněny dle jeho akčního programu. Prodavačka také poskytla číslo na zmíněného smluvního podnikatele.

Také nás zajímalo, zda zařídí přepravu nakoupeného materiálu. Přeprava je možná, ale není zdarma. Cena se odvíjí od velikosti auta, které bude použito. Předběžně činí 300–400 Kč za malé auto a 600–800Kč za velké auto. Tato cena však není pro zhodnocení podstatná, neboť jsme byli ujištěni, že sleva, která na ceníkovém zboží bude poskytnuta, tak aby se vyrovnala konkurenci, počítá i s touto dopravou.

Paní prodávající nenabídla vyhotovení předběžné kalkulace, podle ní by bylo nejvýhodnější přijít s tím, kdo bude zakázku realizovat a bude mít tak přehled o všem, co bude třeba na rekonstrukci zajistit.

---

<sup>1</sup> smluvní podnikatel – toto označení je použito pro podnikatele, který pravidelně odebírá materiál u příslušné firmy, a proto mu jsou poskytovány slevy, nejedná se zde o smluvní vztah na základě smlouvy

Tab. č. 7: Hodnocení firmy KESSL spol. s r.o.

<b>Kritéria</b>	<b>Váha</b>	<b>Body</b>	<b>Váha*Body</b>
<i>Dostupnost prodejny</i>	0,50	5	2,50
<i>Okolí prodejny</i>	0,25	5	1,25
<i>Reakce zaměstnanců</i>	0,25	1	0,25
<i>Ochota zaměstnanců</i>	0,50	3	1,50
<i>Poskytnuté informace</i>	0,75	2	1,50
<i>Přeprava materiálů</i>	0,75	5	3,75
<b>Počet dosažených bodů</b>			<b>10,75</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Dostupnost prodejny i její okolí je výborné. Za reakci zaměstnance na nově příchozího zákazníka byly odečteny čtyři body za nezáměr zaměstnance, zejména kvůli jeho soukromému rozhovoru, a to i po přistoupení k prodejnímu pultu, v čemž se odráží i ochota, respektive neochota, zaměstnance obsloužit zákazníka. Informace, které byly poskytnuté, byly kvalitní, týkaly se však pouze dopravy. Ani kalkulace nebyla vyhotovena, pouze bylo sděleno, že až přijdeme s konkrétními položkami a jejich konkrétním množstvím, teprve pak bude kalkulace vyhotovena. Doprava je možná, byl proto udělen plný počet bodů.

#### PRO-DOMA, spol. s r.o.

Dostupnost těchto stavebnin je stejně výborná jako u předchozí firmy. Zastávka MHD je opět přímo před prodejnou a parkoviště také. První dojem z objektu je také dobrý, jedná se o stavebniny sídlící ve dvoře.

Prodejna působí dobrým dojmem a také velice moderně. Při vstupu nám nikdo nevěnoval žádnou zvláštní pozornost, a to ani při procházení regálů. V běžných obchodech není žádoucí, aby se hned po vstupu na zákazníka vrhaly prodáváčky s typickými otázkami: „Hledáte něco? Mohu Vám poradit?“. To se ale týká jiných odvětví, ve stavebninách je tento zájem, mnohde považovaný za přehnaný, spíše žádoucí. Do prodejen se stavebninami se zákazníci většinou nejdou podívat jen tak, ale zpravidla opravdu něco hodlají zakoupit.

Ani v této prodejně stavebnin nám nikdo sám od sebe nechtěl poradit. Když jsme přišli k pokladně, první dojem z prodavaček nebyl moc pozitivní. Při předložení požadavků nám poradily a řekly v podstatě totéž, co v předchozích stavebninách. Při sestavování nabídky bude na vše poskytnuta příslušná sleva, a to opět tak, aby byla velmi podobná té konkurenční, a to s ohledem na výši ceny přepravy zakoupeného materiálu, kterou sami zajistí.

Přeprava byla předběžně určena na 300–400 Kč bez ohledu na velikost auta.

Také zde byl na požádání doporučen smluvní podnikatel a poskytnut na něj kontakt.

Tab. č. 8: Hodnocení firmy PRO-DOMA, spol. s r.o.

<b>Kritéria</b>	<b>Váha</b>	<b>Body</b>	<b>Váha*Body</b>
<i>Dostupnost prodejny</i>	0,50	5	2,50
<i>Okolí prodejny</i>	0,25	4	1,00
<i>Reakce zaměstnanců</i>	0,25	2	0,50
<i>Ochota zaměstnanců</i>	0,50	3	1,50
<i>Poskytnuté informace</i>	0,75	2	1,50
<i>Přeprava materiálů</i>	0,75	5	3,75
<b>Počet dosažených bodů</b>			<b>10,75</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Dostupnost je výborná. Okolí prodejny je uspokojující, ovšem ve srovnání s firmou KESSL spol. s r.o. není tak estetické. Zaměstnanci si nově příchozího zákazníka nijak zvlášť nevšimli, ale přívětivě pozdravili. Nebyla zaznamenána žádná zvláštní ochota, ovšem ani neochota. Poskytnuté informace se opět týkaly pouze dopravy, nic víc sděleno nebylo. Zajištění přepravy zakoupeného zboží je opět možné.

#### Raab Karcher

Tyto stavebniny mají rovněž zastávku MHD u prodejny a také vlastní parkoviště. Objekt je velice podobný stavebninám PRO-DOMA, spol. s r.o., neboť se také nachází ve dvoře. Prodejna je na první dojem moderní a působí jako typické stavebniny.

Při vstupu se nám začali zaměstnanci hned věnovat, bylo zřejmé, že se zajímají o požadavky, a vřele diskutovali o všem. Prodavač si nás vzal do kanceláře a nechal si

vysvětlit, o co máme zájem, vzal si na nás kontakt a ještě ten den poslal předběžnou kalkulaci předpokládaného materiálu (viz. příloha D). Druhý den telefonoval, zda jsme e-mail obdrželi.

Doprava materiálu je možná se sazbou 25 Kč/km.

Jednání je zde velmi profesionální a je vidět, že firma klade velký důraz na získávání nových zákazníků.

Tab. č. 9: Hodnocení prodejny Raab Karcher

<b>Kritéria</b>	<b>Váha</b>	<b>Body</b>	<b>Váha*Body</b>
<i>Dostupnost prodejny</i>	0,50	5	2,50
<i>Okolí prodejny</i>	0,25	4	1,00
<i>Reakce zaměstnanců</i>	0,25	5	1,25
<i>Ochota zaměstnanců</i>	0,50	5	2,50
<i>Poskytnuté informace</i>	0,75	4	3,00
<i>Přeprava materiálů</i>	0,75	5	3,75
<b>Počet dosažených bodů</b>			<b>14</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Dostupnost výborná, okolí také dobré, ale opět při srovnání s firmou KESSL spol. s r.o. musím jeden bod ubrat. Zaměstnanci si nás hned všimli a byli ochotní. Poskytnuté informace byly dostačující, ale na rozdíl od firmy STAVMAT IN, a.s. nebo IZOMAT Praha s.r.o., neinformovali o různých druzích materiálů. Přeprava materiálu je poskytována.

#### KARLOMIX - TRADE s.r.o.

Stavebniny KARLOMIX - TRADE s.r.o. jsou také výborně dostupné, jak městskou hromadnou dopravou, tak i automobilem, a to i přesto, že se nachází nejdál od centra Karlových Varů. Celý areál těchto stavebnin je poměrně rozlehlý a rozdělený do dvou velkých hal. Při vstupu do objektu je ovšem nejasné, ve které části se prodejna nachází, takže jsme zprvu bloudili a hledali onen vchod, neboť zde nebylo žádné značení. Omylem jsme vstoupili do skladu materiálu a až po několika minutách se objevil zaměstnanec, který ukázal, kde se prodejna nachází.



Na prodejně se nás hned ujal zaměstnanec, který s námi probral požadavek. Vzal si údaje, které potřeboval pro zpracování kalkulace, a také ochotně doporučil někoho, kdo by zateplení mohl provést a s kým mají dobré zkušenosti.

V kalkulaci materiálu (viz. příloha E) se uvádí, jako u většiny stavebnin, že pokud jiný dodavatel nabídne nižší cenu, tak nabídku vyrovnají. Z tohoto důvodu, jak již bylo uvedeno, není možné kvalitně srovnat ceny mezi dodavateli stavebních materiálů v Karlových Varech, pouze podle předběžných kalkulací, či ceníkových cen.

Jako jediní také nabídli zdarma vyhotovit návrh fasády.

Doprava zakoupeného materiálu je možná, ovšem přes externího dopravce, přibližnou cenu tedy nebyli schopni sdělit.

Jednání zaměstnanců firmy KARLOMIX - TRADE s.r.o. bylo vysoce profesionální a ochotné.

Tab. č. 10: Hodnocení firmy KARLOMIX - TRADE s.r.o.

<b>Kritéria</b>	<b>Váha</b>	<b>Body</b>	<b>Váha*Body</b>
<i>Dostupnost prodejny</i>	0,50	5	2,50
<i>Okolí prodejny</i>	0,25	3	0,75
<i>Reakce zaměstnanců</i>	0,25	5	1,25
<i>Ochota zaměstnanců</i>	0,50	5	2,50
<i>Poskytnuté informace</i>	0,75	3	2,25
<i>Přeprava materiálů</i>	0,75	5	3,75
<b>Počet dosažených bodů</b>			<b>13</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Dostupnost prodejny je výborná, stejně jako v předešlých případech, ale za její okolí musely být strženy dva body. Jeden bod jako u předchozí, při porovnání s firmou KESSL spol. s r.o., a druhý za to, že vlastní prodejna není dobře označena. Reakce i ochota zaměstnanců jsou výborné, ale poskytnuté informace se opět netýkaly různých druhů materiálů, a v tomto případě ani přibližné ceny dopravy. Doprava je poskytována.

## STAVMAT IN, a.s.

Tyto stavebniny nacházející se na začátku Staré Role (část Karlových Varů) jsou opět dobře dostupné MHD i automobilem. Stavebniny mají vlastní dvůr, který je ve srovnání s ostatními prodejci nejhůře upravený. Stavební materiál je různě umístěn, což působí chaoticky, ovšem nutno podotknout, že neodrazuje potenciální zákazníky od případné koupě. Prodejna je dobře viditelná už při vstupu do stavebnin, což je pro zákazníka velmi důležité, jak bylo zjištěno u firmy KARLOMIX - TRADE s.r.o.

V prodejně si nás hned všiml zaměstnanec a ochotně se nám věnoval, a podobně jako u předchozí, si vzal potřebné údaje k vyhotovení kalkulace (viz. příloha F). Na této prodejně nám jako první poskytli informace o různých druzích fasád a o jejich výhodách a nevýhodách.

Na požádání byl opět doporučen řemeslník, který je dle jejich názoru zkušený a schopen požadovanou fasádu zhotovit.

Doprava zakoupeného materiálu je opět možná, a to přes externího dopravce. Firma ale přibližnou částku za dopravu nebyla schopna sdělit.

Tab. č. 11: Hodnocení firmy STAVMAT IN, a.s.

<b>Kritéria</b>	<b>Váha</b>	<b>Body</b>	<b>Váha*Body</b>
<i>Dostupnost prodejny</i>	0,50	5	2,50
<i>Okolí prodejny</i>	0,25	4	1,00
<i>Reakce zaměstnanců</i>	0,25	5	1,25
<i>Ochota zaměstnanců</i>	0,50	5	2,50
<i>Poskytnuté informace</i>	0,75	5	3,75
<i>Přeprava materiálů</i>	0,75	5	3,75
<b>Počet dosažených bodů</b>			<b>14,75</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

V této firmě bylo vše výborné, ať už jde o dostupnost, zaměstnance či poskytnuté informace. Jeden stržený bod za okolí prodejny je opět díky srovnání s firmou KESSL spol. s r.o.

### IZOMAT Praha s.r.o.

Stavebniny jsou dobře dostupné automobilem, stejně jako všechny předchozí, ovšem pokud se tam chcete dostat MHD, je to obtížnější. Nejbližší autobusová zastávka sice není daleko, ale bez předchozího pečlivého nastudování jejich polohy, je hned tak nenajdete. V okolí chybí jakékoliv ukazatele či informační cedule, kde se stavebniny nachází.

Firma IZOMAT Praha s.r.o. se nachází na rozlehlším pozemku, ale prodejna je umístěna hned u jeho vstupu. Prodejna působí příjemným a moderním dojmem. Když jsme zaměstnankyni u prodejního pultu vysvětlili, co bychom potřebovali, zavolala obchodního zástupce, který si nás vzal do kanceláře, kde jsme poptávku důkladně prodiskutovali. Jelikož měli nějaké potíže se softwarem, který zpracovává nabídky, bylo přislíbeno, že bude odeslána e-mailem. Projednávání požadavku v této firmě bylo zatím nejprofesionálnější ze všech vyhodnocovaných prodejen. Byly prodiskutovány různé varianty materiálů a byly podány informace o jejich výhodách. Jako jediní také sdělili, že pokud se rozhodneme práce na fasádě svěřit jakékoli firmě, budeme platit DPH o 6% nižší, než jako fyzické osoby. Také byla doporučena firma zabývající se výstavbou fasád.

Doprava materiálu opět proběhne přes externího přepravce.

Z těchto stavebnin jsme jako potenciální zákazníci měli nejlepší pocit, ale to jen do doby, než bylo zjištěno, že slibovaná kalkulace nakonec nebyla vůbec zaslána.

Z tohoto důvodu musí být jednání hodnoceno jako neprofesionální, a to i přesto, že nám jako zákazníkům bylo poskytnuto nejvíce informací o materiálech i o stavební práci.

Tab. č. 12: Hodnocení firmy IZOMAT Praha s.r.o.

<b>Kritéria</b>	<b>Váha</b>	<b>Body</b>	<b>Váha*Body</b>
<i>Dostupnost prodejny</i>	0,50	3	1,50
<i>Okolí prodejny</i>	0,25	4	1,00
<i>Reakce zaměstnanců</i>	0,25	5	1,25
<i>Ochota zaměstnanců</i>	0,50	5	2,50
<i>Poskytnuté informace</i>	0,75	3	2,25
<i>Přeprava materiálů</i>	0,75	5	3,75
<b>Počet dosažených bodů</b>			<b>12,25</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Za dostupnost jsou strženy dva body kvůli špatnému označení a přístupu pro pěší. Jeden stržený bod je za porovnání s firmou KESSL spol. s r.o. Zaměstnanci byli ochotní a také poskytli adekvátní informace, ale dva stržené body jsou za předběžnou kalkulaci, která byla přislíbena a nepřišla. Přepravu zakoupeného zboží zajišťují.

#### DEKTRADE a.s.

Pobočka těchto stavebnin má stejně dobrou dostupnost, jako většina ostatních, a to jak automobilem, tak městskou hromadnou dopravou. Zastávka MHD se nachází v těsné blízkosti.

Stavebniny mají vlastní pozemek, na kterém se nachází prodejna a také sklad zboží. Prodejna je dobře označena, ale vzhledově nevzhlíží tak příjemně jako předchozí, neboť se jedná o starší stavbu.

Při vstupu jsme byli hned osloveni zaměstnankyní a s žádostí o vypracování nabídky na zateplení nás poslala za obchodním zástupcem. Ten byl velice ochotný s příjemným vystupováním a probral s námi vše, co se zateplení týká. Vysvětlil rozdíly v používaných materiálech a poradil, které jsou pro nás nejlepší, a to jak po kvalitativní, tak i cenové stránce. Také sdělil, že pokud materiál bude odebrán přes nějakou stavební firmu, která je jejich pravidelným odběratelem, tento materiál bude o něco levnější. Doporučil také tři, podle jeho názoru, spolehlivé, kvalitní a cenově přijatelné firmy nebo podnikatele zabývající se vyhotovováním fasád.

Pokud jde o přepravu zakoupeného materiálu, překvapením byla její nízká cena. V okolí Karlových Varů (cca 20 km) je realizována za paušální poplatek 150 Kč. Tato cena je nejnižší ze všech analyzovaných firem.

Nakonec byla předána cenová kalkulace (viz. příloha G) a popřáno mnoho štěstí při realizaci rekonstrukce. Jednání v DEKTRADE a.s. zanechalo velice kladný dojem.

Tab. č. 13: Hodnocení firmy DEKTRADE a.s.

<b>Kritéria</b>	<b>Váha</b>	<b>Body</b>	<b>Váha*Body</b>
<i>Dostupnost prodejny</i>	0,50	5	2,50
<i>Okolí prodejny</i>	0,25	4	1,00
<i>Reakce zaměstnanců</i>	0,25	5	1,25
<i>Ochota zaměstnanců</i>	0,50	5	2,50
<i>Poskytnuté informace</i>	0,75	5	3,75
<i>Přeprava materiálů</i>	0,75	5	3,75
<b>Počet dosažených bodů</b>			<b>14,75</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Prodejně DEKTRADE a.s. je stržen jen jeden bod za její okolí, a to pouze, jako v předešlých případech, při porovnání vzhledu s firmou KESSL spol. s r.o., jinak ve všech ostatních kritériích si zaslouží plný počet bodů. Zaměstnanci jsou ochotní, informovaní a neváhají se se svými znalostmi o prodávaných materiálech podělit a poradit zákazníkovi to, co je podle jejich názoru optimální.

## Vyhodnocení

V následující tabulce je přehledně zobrazeno umístění jednotlivých firem dle jejich bodového zisku.

Tab. č. 14: Umístění jednotlivých firem

Pořadí (body)	Firma
1. (14,75)	DEKTRADE a.s.
1. (14,75)	STAVMAT IN, a.s.
2. (14)	Raab Karcher
3. (13)	KARLOMIX - TRADE s.r.o.
4. (12,25)	IZOMAT Praha s.r.o.
5. (10,75)	KESSL spol. s r.o.
5. (10,75)	PRO-DOMA, spol. s r.o.

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Firmy DEKTRADE a.s. a STAVMAT IN, a.s. dopadly dle průzkumu jednoznačně nejlépe, zejména pokud jde o jednání zaměstnanců, kteří jsou odborníky ve svém oboru.

Raab Karcher a KARLOMIX - TRADE s.r.o., bychom mohli umístit na pomyslnou druhou příčku hodnocení. Je to z důvodu poskytnutých, resp. neposkytnutých, informací od zaměstnanců. Se zákazníkem neprojednali možnosti, které skýtají různé druhy použitých materiálů, a do výsledné kalkulace zahrnuli materiál, který sami uznali za vhodný.

Stavebniny IZOMAT Praha s.r.o., by se umístily na přední příčce, pokud by dodaly slíbenou kalkulaci. Samotné jednání zaměstnanců bylo na stejně dobré úrovni jako u firem DEKTRADE a.s. a STAVMAT IN, a.s., ale nedodání cenové nabídky je velmi neprofesionální.

Firmy KESSL spol. s r.o. a PRO-DOMA, spol. s r.o., se na posledním místě umístily z důvodu jednání svých zaměstnanců. Nebyla vyhotovena cenová nabídka, i když o ni byl projeven zájem, ani nebyly poskytnuty informace o různých typech materiálů.

### 3.4 Viditelnost jednotlivých firem ve vyhledávačích na internetu

Jedná se o marketing založený na vyhledávačích nebo se mu také říká marketing přes vyhledávače (search engine marketing) dále jen SEM. SEM je jednou z variant reklamy na internetu. Cílem je zajistit co nejlepší umístění daných webových stránek ve vyhledávači dle dotazu uživatele. Jedná se buď o placené odkazy, nebo jde o využití znalostí algoritmů, které vyhledávače používají, a tím zlepšit pozici ve výsledcích vyhledávání.

*„Placený odkaz se ve vyhledávači zobrazuje na určité předem zvolené dotazy (klíčová slova). Od přirozeně nalezených odkazů se liší grafickým zvýrazněním a tím, že je uveden na první stránce výsledků před neplacenými odkazy“* (PROKOP, Marek. *Co je Search Engine Marketing*. [online] Lupa, 2004 [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/co-je-search-engine-marketing/>)

Obr. č. 3: Placený odkaz na Google.cz



Zdroj: Google.cz, 2014

Využití znalostí algoritmů vyhledávačů, abychom zajistili lepší umístění ve výsledcích vyhledávání, se nazývá: “Search engine optimization“ neboli SEO. Jde o součást SEM.

Důležité je využívání klíčových slov v textu a v nadpisech, které se na webových stránkách dané organizace vyskytují. Jsou to taková slova, která potenciální zákazníci zadávají do vyhledávače.

Roboty vyhledávačů vyhodnocují frekvence těchto klíčových slov na stránce, a na základě toho pak danou stránku zobrazí. Samotná optimalizace stránek spočívá v úpravách zdrojového kódu stránky tak, aby bylo dosaženo co nejlepší umístění. K tomu slouží programové vybavení, které zanalyzuje obsah stránek tak, jak to dělají roboty vyhledávačů.

Byla vybrána následující klíčová slova, na základě kterých bude viditelnost firem hodnocena, neboť právě tyto výrazy reprezentují vyhledávání potenciálních zákazníků stavebnin na internetu.

- Stavebniny Karlovy Vary
- Stavební materiál Karlovy Vary
- Prodej stavebnin Karlovy Vary

Jednotlivá klíčová slova budou zadána do vyhledávače Google.cz a Seznam.cz, kteří jsou jedněmi z nejpoužívanějších v České republice. Budou zaznamenávány odkazy v placené části a poté vždy první odkaz na webové stránky firmy, a to až do páté strany zobrazených výsledků v jednotlivých vyhledávačích.

Pokud se firma objeví na první straně a následně pak i na třetí, bude zaznamenán pouze odkaz na první straně výsledků.

#### Výsledky dotazu „Stavebniny Karlovy Vary“

V obou vyhledávačích jsou v placené části firmy KESSL spol. s r.o. a DEKTRADE a.s., na čemž je vidět, že dbají o svou viditelnost na trhu stavebních materiálů, ovšem firma DEKTRADE a.s. se již ve výsledcích na Google.cz dále neobjevuje.

Většina firem se nachází již na první stránce, a to buď v placené či neplacené části, jen malá část analyzovaných stavebnin se poprvé vyskytuje dále než na druhé straně výsledků.

V neplacené části se ani jednou neobjevila firma DEKTRADE a.s. ve vyhledávači Google.cz a ve vyhledávači Seznam.cz se nevyskytla firma KARLOMIX – TRADE s.r.o.



Tab. č. 15: Výsledky dotazu „Stavebniny Karlovy Vary“

Výsledek	Google.cz	Seznam.cz
<i>Placená část</i>	KESSL spol. s r.o.	KESSL spol. s r.o.
	DEKTRADE a.s.	DEKTRADE a.s.
<i>1. strana</i>	Raab Karcher	Raab Karcher
	PRO-DOMA, spol. s r.o.	PRO-DOMA, spol. s r.o.
	KESSL spol. s r.o.	IZOMAT Praha s.r.o.
	KARLOMIX - TRADE s.r.o.	
<i>2. strana</i>	IZOMAT Praha s.r.o.	KESSL spol. s r.o.
	STAVMAT IN, a.s.	
<i>3. strana</i>	/	DEKTRADE a.s.
<i>4. strana</i>	/	/
<i>5. strana</i>	/	STAVMAT IN, a.s.
<i>Není</i>	DEKTRADE a.s.	KARLOMIX - TRADE s.r.o.

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

#### Výsledky dotazu „Stavební materiál Karlovy Vary“

Na daný dotaz se ve výsledcích opět vyskytuje firma KESSL spol. s r.o. a DEKTRADE a.s., v placené části, ale tentokrát pouze ve vyhledávači Seznam.cz.

Ve výsledcích vyhledávače Google.cz se většina firem nachází na první straně a opět se zde nenachází firma DEKTRADE a.s., a navíc zde nenajdeme stavebniny IZOMAT Praha s.r.o.

Oproti tomu se ve výsledcích vyhledávače Seznam.cz nachází pouze firma IZOMAT Praha s.r.o., a to až na páté straně, což je poslední z analyzovaných. Většinu firem tedy na tento dotaz na Seznam.cz nenajdeme.

Tab. č. 16: Výsledky dotazu „Stavební materiál Karlovy Vary“

Výsledek	Google.cz	Seznam.cz
<i>Placená část</i>	/	KESSL spol. s r.o.
		DEKTRADE a.s.
<i>1. strana</i>	KESSL spol. s r.o.	/
	STAVMAT IN, a.s.	
	Raab Karcher	
	KARLOMIX - TRADE s.r.o.	
<i>2. strana</i>	/	/
<i>3. strana</i>	PRO-DOMA, spol. s r.o.	/
<i>4. strana</i>	/	/
<i>5. strana</i>	/	IZOMAT Praha s.r.o.
<i>Není</i>	DEKTRADE a.s.	DEKTRADE a.s.
	IZOMAT Praha s.r.o.	KARLOMIX - TRADE s.r.o.
		STAVMAT IN, a.s.
		Raab Karcher
		PRO-DOMA, spol. s r.o.
		KESSL spol. s r.o.

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

#### Výsledky dotazu „Prodej stavebnin Karlovy Vary“

V placené části opět nalezneme stavebniny KESSL spol. s r.o., a to u obou vyhledávačů.

Ve výsledcích Google.cz nalezneme všechny firmy kromě stavebnin Raab Karcher.

Ve výsledcích Seznam.cz naopak většinu firem nenajdeme, až na ty, které se vyskytují na první straně.

Tab. č. 17: Výsledky dotazu „Prodej stavebnin Karlovy Vary“

Výsledek	Google.cz	Seznam.cz
<i>Placená část</i>	KESSL spol. s r.o.	KESSL spol. s r.o.
<i>1. strana</i>	KARLOMIX - TRADE s.r.o.	KARLOMIX - TRADE s.r.o.
	IZOMAT Praha s.r.o.	KESSL spol. s r.o.
		DEKTRADE a.s.
<i>2. strana</i>	KESSL spol. s r.o.	/
<i>3. strana</i>	/	/
<i>4. strana</i>	PRO-DOMA, spol. s r.o.	/
	STAVMAT IN, a.s.	
<i>5. strana</i>	/	/
<i>Není</i>	Raab Karcher	Raab Karcher
	DEKTRADE a.s.	PRO-DOMA, spol. s r.o.
		STAVMAT IN, a.s.
		IZOMAT Praha s.r.o.

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Z výsledků jednotlivých tabulek lze říci, že každý vyhledávač používá jiné roboty pro vyhledávání. Optimalizace webových stránek jednotlivých stavebnin je podřízena algoritmu, který používá Google.cz, jelikož zde nebyla tak vysoká absence v zobrazení zkoumaných stavebnin a každá firma má rozdílná klíčová slova.

Nejviditelnější je firma KESSL spol. s r.o. a DEKTRADE a.s., zejména díky placeným odkazům.

## **Závěr**

I když podnik dosahuje každoročně čistého zisku, z finančních ukazatelů vyplývá, že by se firma měla pokusit o snížení výrobních nákladů, neboť na korunu čistého zisku připadá 0,98 Kč nákladů dle ukazatele nákladovosti. Snížení výrobních nákladů by podniku pomohlo v cenové konkurenci, neboť by mohl snížit ceny výrobků nebo prodávat za stávající, ale s vyšším ziskem.

V oblasti likvidity firma nemá problémy, ve výpočtech všech druhů likvidity se nachází v optimálních hodnotách.

Pokud se týká doby obratu pohledávek, tak není firma ohrožena, protože doba obratu závazků je vyšší než doba obratu pohledávek, ale právě doba obratu pohledávek je vyšší než průměrná uvedená doba splatnosti vystavených faktur. U závazků je tomu podobně, proto by se firma měla snažit obě čísla snižovat.

Dle Altmanova modelu se podnik nachází v tzv. pásmu prosperity, což by si měl snažit udržet.

Charakteristika trhu je zpracována zejména ze strany nabídky, protože tržní konkurence je na straně nabídky, neboť existuje na tomto trhu přebytek. Jsou uvedeni hlavní konkurenti firmy KESSL spol. s r.o. se kterými je analýza trhu prováděna.

Z analýzy vyplynulo, že všechny prodejny stavebnin jsou ochotny snižovat ceny zboží, a to ne kvůli přebytku na tomto trhu, ale zejména za účelem získání většího podílu na trhu. Kvůli tomu nebylo možné, nebo spíše vypovídající, porovnávat ceníkové ceny jednotlivých firem, neboť nakonec každé stavebniny své ceny upravily tak, aby zákazník nešel ke konkurenci.

Firmy o zákazníky bojují zejména prostřednictvím necenové konkurence: dostupností prodejních sítí, reklamou, zvyšováním kvality, službami navíc a podobně.

Dostupnost prodejny KESSL spol. s r.o. je bezproblémová. Otevírací doba i možnosti dopravy jsou výborné. Firma se také snaží o dobrou viditelnost, což je vidět ve výsledcích vyhledávání v kapitole 3.4. Viditelnost jednotlivých firem ve vyhledávacích na internetu.

Slabší stránkou stavebnin jsou její zaměstnanci. Měl by být kladen větší důraz na komunikaci se zákazníkem, jak prostřednictvím e-mailu, tak i při osobním kontaktu. Při obesílání poptávky prostřednictvím e-mailové pošty byla firma KESSL spol. s r.o. mezi těmi, které vůbec nezareagovaly. Takové jednání může vést až ke ztrátě zakázek, které budou realizovány u konkurence.

Při návštěvě stavebnin KESSL spol. s r.o. nebylo vyhověno žádosti o vypracování předběžné cenové nabídky. Měli jsme přijít až s konkrétním soupisem požadovaného materiálu. Ve většině jiných prodejen kalkulaci i bez soupisu konkrétních položek vyhotovili, a navíc poradili i s výběrem materiálu. Takové jednání je považováno za hrubou chybu.

Zaměstnanec, který si vyřizuje soukromé záležitosti, namísto toho, aby se věnoval zákazníkovi, nevrhá dobré světlo na image firmy a odrazuje případné zákazníky, což je v rozporu s vlastní propagací, která klade důraz na jejich získávání a udržení.

Firma by se tedy měla zaměřit na školení svých zaměstnanců, jak komunikovat se zákazníkem.

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Altmanův model pro rok 2012 .....	18
Tabulka 2: Altmanův model pro rok .....	19
Tabulka 3: Interpretace výsledné hodnoty .....	19
Tabulka 4: 4P a 4C .....	26
Tabulka 5: Otevírací doby .....	33
Tabulka 6: Vzor hodnocení .....	35
Tabulka 7: Hodnocení firmy KESSL spol. s r.o. ....	38
Tabulka 8: Hodnocení firmy PRO-DOMA, spol. s r.o. ....	39
Tabulka 9: Hodnocení prodejny Raab Karcher .....	40
Tabulka 10: Hodnocení firmy KARLOMIX - TRADE s.r.o. ....	41
Tabulka 11: Hodnocení firmy STAVMAT IN, a.s. ....	42
Tabulka 12: Hodnocení firmy IZOMAT Praha s.r.o. ....	44
Tabulka 13: Hodnocení firmy DEKTRADE a.s. ....	45
Tabulka 14: Umístění jednotlivých firem .....	46
Tabulka 15: Výsledky dotazu „Stavebniny Karlovy Vary“ .....	49
Tabulka 16: Výsledky dotazu „Stavební materiál Karlovy Vary“ .....	50
Tabulka 17: Výsledky dotazu „Prodej stavebnin Karlovy Vary“ .....	51

## **Seznam obrázků**

Obrázek 1: Mapa rozmístění stavebních firem.....	24
Obrázek 2: 4P .....	24
Obrázek 3: Placený odkaz na Google.cz .....	47

## **Seznam použitých zkratk**

ROI – Return on investment / Rentabilita kapitálu ROE

ROS - Return on sales / Rentabilita tržeb

EAT – Earn after taxes / Zisk po zdanění

EBIT – Earn before interests and taxes / Zisk před úroky a zdaněním

PO – PÁ – Podělí až pátek

SO – Sobota

NE – Neděle

MHD – Městská hromadná doprava

IC/IT – Informační a komunikační technologie

SEM – Search engine marketing / Marketing přes vyhledávače

SEO – Search engine optimization / Optimalizace internetových stránek pro vyhledávače

USA – United States of America / Spojené státy americké



## Zdroje

### Literatura

BLAŽKOVÁ, Martina. *Jak využít internet v marketingu: krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 156 s. Manažer. ISBN 80-247-1095-1.

HRDÝ, Milan a KRECHOVSKÁ, Michaela. *Finance podniku*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009. 179 s. ISBN 978-80-7357-492-5.

JANOUC, Viktor. *Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2010. 304 s. ISBN 978-80-251-2795-7.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

PORTER, Michael E. *Konkurenční strategie: metody pro analýzu odvětví a konkurentů*. Praha: Victoria Publishing 1994, 403 s. ISBN 80-85605-11-2.

PORTER, Michael E. *Konkurenční výhoda: jak vytvořit a udržet si nadprůměrný výkon*. Praha: Victoria Publishing, 1993, 626 s. ISBN 80-856-0512-0.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010, 445 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.

SRPOVÁ, Jitka. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-33395.

### **Internetové zdroje**

*Kessl* [online]. Kessl.cz, 2014 [cit. 2014-01-20]. Dostupné z: <<http://www.kessl.cz/>>

*Obchodní rejstřík a Sbírka listin* [online]. Ministerstvo spravedlnosti české republiky, 2014 [cit. 2014-02-10]. Dostupné z: <<http://portal.justice.cz/Justice2/Uvod/uvod.aspx>>

*Moderní marketing aneb od 4P ke 4C* [online]. Business vize, 2006 [cit. 2014-01-14]. Dostupné z: <<http://www.businessvize.cz/strategie/moderni-marketing-aneb-od-4p-ke-4c>>

## **Seznam příloh**

Příloha A: Výkaz zisku a ztráty a rozvaha firmy KESSL spol. s r.o.

Příloha B: Kalkulace od firmy IZOMAT Praha s.r.o.

Příloha C: 1. Kalkulace od firmy KARLOMIX - TRADE s.r.o.

Příloha D: Kalkulace od prodejny Raab Karcher

Příloha E: 2. Kalkulace od firmy KARLOMIX - TRADE s.r.o.

Příloha F: Kalkulace od firmy STAVMAT IN, a.s.

Příloha G: Kalkulace od firmy DEKTRADE a.s.

Příloha A Výkaz zisku a ztráty a rozvaha firmy KESSL spol. s r.o.

Zpracováno v souladu s vyhláškou č. 500/2002 Sb. ve znění pozdějších předpisů

**VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY**  
ke dni **31.12.2012**  
( v celých tisících Kč )

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky  
**KESSL spol. s r.o.**

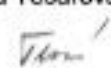

Sídlo, bydliště nebo místo podnikání účetní jednotky  
Jablounovská 145/51  
Karlovy Vary  
360 04

**IČ**  
**18 22 72 01**



Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	01	94 177	115 680
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	02	80 384	99 210
+	Obchodní marže (ř. 01-02)	03	13 793	16 470
II.	Výkony (ř. 05+06+07)	04	9 130	10 971
II. 1	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	05	3 867	5 063
2	Změna stavu zásob vlastní činnosti	06		
3	Aktivace	07	5 263	5 908
B.	Výkonová spotřeba (ř. 09+10)	08	10 865	11 892
B. 1	Spotřeba materiálu a energie	09	7 028	7 929
B. 2	Služby	10	3 837	3 963
+	Přidaná hodnota (ř. 03+04-08)	11	12 058	15 549
C.	Osobní náklady	12	10 416	12 084
C. 1	Mzdové náklady	13	7 575	8 772
C. 2	Odměny členům orgánů společnosti a družstva	14	0	0
C. 3	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	15	2 620	3 103
C. 4	Sociální náklady	16	221	209
D.	Daně a poplatky	17	220	176
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	18	667	680
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu (ř. 20+21)	19	32	266
III. 1	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	20	32	260
2	Tržby z prodeje materiálu	21	0	6
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu (ř. 23+24)	22	0	18
F. 1	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	23	0	18
F. 2	Prodaný materiál	24	0	0
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	25	-90	-124
IV.	Ostatní provozní výnosy	26	452	270
H.	Ostatní provozní náklady	27	342	380
V.	Převod provozních výnosů	28	0	0
I.	Převod provozních nákladů	29	0	0
*	Provozní výsledek hospodaření (ř.11-12-17-18+19-22-25+26-27+(-28)-(-29))	30	987	2 871

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném 1	minulém 2
VI	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	31	0	0
J.	Prodané cenné papíry a podíly	32	0	0
VII.	<b>Výnosy z dlouhodobého finančního majetku (ř. 34 + 35 + 36)</b>	33	0	0
VII. 1	Výnosy z podílů v ovládaných a řízených osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	34	0	0
VII. 2	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a podílů	35	0	0
VII. 3	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	36	0	0
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	37	0	0
K.	Náklady z finančního majetku	38	0	0
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	39	0	0
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	40	0	0
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	41	0	0
X.	Výnosové úroky	42	43	37
N.	Nákladové úroky	43	5	0
XI.	Ostatní finanční výnosy	44	1 208	1 560
O.	Ostatní finanční náklady	45	143	172
XII.	Převod finančních výnosů	46	0	0
P.	Převod finančních nákladů	47	0	0
*	<b>Finanční výsledek hospodaření</b> <i>[(ř.31-32+33+37-38+39-40-41+42-43+44-45-(-46))+(-47)]</i>	48	1 103	1 425
Q.	<b>Daň z příjmů za běžnou činnost (ř. 50 + 51)</b>	49	424	824
Q. 1	-splatná	50	362	903
Q. 2	-odložená	51	62	-79
**	<b>Výsledek hospodaření za běžnou činnost (ř. 30 + 48 - 49)</b>	52	1 666	3 472
XIII.	Mimofádné výnosy	53	23	71
R.	Mimofádné náklady	54		
S.	<b>Daň z příjmů z mimofádné činnosti (ř. 56 + 57)</b>	55	4	13
S. 1	-splatná	56	4	13
S. 2	-odložená	57	0	0
*	<b>Mimofádný výsledek hospodaření (ř. 53 - 54 - 55)</b>	58	19	58
T.	Převod podílů na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	59	0	0
***	<b>Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) (ř. 52 + 58 - 59)</b>	60	1 685	3 530
****	<b>Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-) (ř. 30 + 48 + 53 - 54)</b>	61	2 113	4 367

Okamžik sestavení	Podpisový záznam osoby odpovědné za sestavení účetní závěrky	Podpisový záznam statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou
10.05.13 10:59	Ing. Miroslava Tesařová 	Ing. Roman Zvolský 



## ROZVAHA (BALANCE)

ke dni **31.12.2012**  
( v celých tisících Kč )

IČ

**18 22 72 01**

Obchodní firma nebo jiný  
název účetní jednotky

**KESSL spol. s r.o.**

Sídlo, bydliště nebo místo  
podnikání účetní jednotky

Jáchymovská 145/51  
Karlovy Vary  
360 04

označ a	AKTIVA b	řád c	Běžné účetní období			Min. úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	<b>AKTIVA CELKEM (ř. 02 + 03 + 31 + 63)</b>	001	64 820	-22 059	42 761	44 343
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	002	0	0	0	0
B.	<b>Dlouhodobý majetek (ř. 04 + 13 + 23)</b>	003	30 533	-19 160	11 373	11 779
B. I.	<b>Dlouhodobý nehmotný majetek (ř.05 až 12)</b>	004	80	-80	0	0
B. I. 1	Zřizovací výdaje	005	0	0	0	0
2	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	006	0	0	0	0
3	Software	007	0	0	0	0
4	Ocenitelná práva	008	80	-80	0	0
5	Goodwill	009	0	0	0	0
6	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	010			0	0
7	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	011	0	0	0	0
8	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	012	0	0	0	0
B. II.	<b>Dlouhodobý hmotný majetek (ř.14 až 22)</b>	013	30 453	-19 080	11 373	11 779
B. II. 1	Pozemky	014	2 644	0	2 644	2 644
2	Stavby	015	20 609	-12 630	7 979	8 441
3	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	016	6 939	-6 450	489	694
4	Pěstitecké celky trvalých porostů	017	0	0	0	0
5	Základní stádo a tažná zvířata	018	0	0	0	0
6	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	019	0	0	0	0
7	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	020	261	0	261	0
8	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	021	0	0	0	0
9	Oceňovací rozdíl k nabytému majetku	022	0	0	0	0
B. III.	<b>Dlouhodobý finanční majetek (ř. 24 až 30)</b>	023	0	0	0	0
B. III. 1	Podíly v ovládaných a řízených osobách	024	0	0	0	0
2	Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	025	0	0	0	0
3	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	026	0	0	0	0
4	Půjčky a úvěry - ovládací a řídicí osoba, podstatný vliv	027	0	0	0	0
5	Jiný dlouhodobý finanční majetek	028	0	0	0	0
6	Požizovaný dlouhodobý finanční majetek	029	0	0	0	0
7	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	030	0	0	0	0



označ	AKTIVA	řád	Bázná účetní období			Min.úč.
			Brutto	Korekce	Netto	období
a	b	c	1	2	3	Netto
						4
C.	<b>Oběžná aktiva (ř. 32 + 39 + 48 + 58)</b>	031	34 185	-2 899	31 286	32 357
C. I.	<b>Zásoby (ř.33 až 38)</b>	032	12 679	0	12 679	13 270
C. I. 1	<b>Materiál</b>	033	2 302	0	2 302	2 430
2	Nedokončená výroba a polotovary	034		0	0	
3	Výrobky	035		0	0	
4	Zvlášta	036	0	0	0	0
5	Zboží	037	10 377	0	10 377	10 840
6	Poskytnuté zálohy na zásoby	038	0	0	0	0
C. II.	<b>Dlouhodobé pohledávky (ř. 40 až 47)</b>	039	40	0	-19	111
C. II. 1	Pohledávky z obchodních vztahů	040	0	0	0	0
2	Pohledávky - ovládací a řídicí osoba	041	0	0	0	0
3	Pohledávky - podstatný vliv	042	0	0	0	0
4	Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	043	0	0	0	0
5	Dlouhodobé poskytnuté zálohy	044	0	0	0	0
6	Dohadné účty aktivní	045	0	0	0	0
7	Jiné pohledávky	046	0	0	0	0
8	Odložená daňová pohledávka	047	49	0	49	111
C. III.	<b>Krátkodobé pohledávky (ř. 49 až 57)</b>	048	17 602	-2 899	14 703	17 316
C. III. 1	Pohledávky z obchodních vztahů	049	16 747	-2 899	13 848	16 857
2	Pohledávky - ovládací a řídicí osoba	050	0	0	0	0
3	Pohledávky - podstatný vliv	051	0	0	0	0
4	Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	052	0	0	0	0
5	Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	053	0	0	0	0
6	Stát - daňové pohledávky	054	203	0	203	0
7	Krátkodobé poskytnuté zálohy	055	652	0	652	441
8	Dohadné účty aktivní	056	0	0	0	18
9	Jiné pohledávky	057	0	0	0	0
C. IV.	<b>Krátkodobý finanční majetek (ř. 59 až 62)</b>	058	3 855	0	3 855	1 660
C. IV. 1	Peníze	059	105	0	105	175
2	Účty v bankách	060	3 750	0	3 750	1 485
3	Krátkodobý cenné papíry a podíly	061	0	0	0	0
4	Požizovaný krátkodobý finanční majetek	062	0	0	0	0
D. I.	<b>Časové rozlišení (ř. 64 až 66)</b>	063	102	0	102	207
D. I. 1	Náklady příštích období	064	102	0	102	207
2	Komplexní náklady příštích období	065	0	0	0	0
3	Náklady příštích období	066	0	0	0	0

označ	PASIVA	řád	Běžné úč. období	Min. úč. období
a	b	c	5	6
	<b>PASIVA CELKEM (ř. 68 + 85 + 118)</b>	067	42 761	44 343
A.	<b>Vlastní kapitál (ř. 69 + 73 + 78 + 81 + 84)</b>	068	24 211	22 802
A. I.	<b>Základní kapitál (ř. 70 až 72)</b>	069	210	210
1	Základní kapitál	070	210	210
2	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly (-)	071	0	0
3	Změny základního kapitálu	072	0	0
A. II.	<b>Kapitálové fondy (ř. 74 až 77)</b>	073	716	716
A. II. 1	Emisní šňo	074	0	0
2	Ostatní kapitálové fondy	075	716	716
3	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků	076	0	0
4	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách	077	0	0
A. III.	<b>Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku (ř. 79 + 80)</b>	078	26	26
A. III. 1	Zákonný rezervní fond / Nedělitelný fond	079	26	26
2	Statutární a ostatní fondy	080	0	0
A. IV.	<b>Výsledek hospodaření minulých let (ř. 82 + 83)</b>	081	21 574	18 320
A. IV. 1	Nerozdělený zisk minulých let	082	21 574	18 320
2	Neuhrazená ztráta minulých let	083		
A. V.	<b>Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)</b> <i>ř.01 - (+ 69 + 73 + 78 + 81 + 85 + 118)</i>	084	1 685	3 530
B.	<b>Cizí zdroje (ř. 86 + 91 + 102 + 114)</b>	085	17 563	19 744
B. I.	<b>Rezervy (ř. 87 až 90)</b>	086	0	0
B. I. 1	Rezervy podle zvláštních právních předpisů	087	0	0
2	Rezerva na důchody a podobné závazky	088	0	0
3	Rezerva na daň z příjmů	089	0	0
4	Ostatní rezervy	090	0	0
B. II.	<b>Dlouhodobé závazky (ř. 92 až 101)</b>	091	0	0
B. II. 1	Závazky z obchodních vztahů	092	0	0
2	Závazky - ovládalci a fiduci osoba	093	0	0
3	Závazky - podstatný vliv	094	0	0
4	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	095	0	0
5	Dlouhodobé přijaté zálohy	096	0	0
6	Vydané dluhopisy	097	0	0
7	Dlouhodobé směnky k úhradě	098	0	0
8	Právní účty pasivní	099	0	0
9	Jiné závazky	100	0	0
10	Odpovědný daňový závazek	101		



označení	PASIVA	řad	Běžné úč. období	Min.úč. období
B	b	c	5	6
B. III.	<b>Krátkodobé závazky (ř. 103 až 113)</b>	102	17 563	19 744
B. III. 1	Závazky z obchodních vztahů	103	5 082	3 932
2	Závazky - ovládalci a řídící osoba	104	8 871	10 961
3	Závazky - podstatný vliv	105	0	0
4	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	106	0	0
5	Závazky k zaměstnancům	107	3	3
6	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	108	268	297
7	Stát - daňové závazky a dotace	109	2 030	3 122
8	Krátkodobé přijaté zálohy	110	4	10
9	Vydané dluhopisy	111	0	0
10	Dohadné účty pasivní	112	1 305	1 419
11	Jiné závazky	113		
B. IV.	<b>Bankovní úvěry a výpomoci (ř. 115 až 117)</b>	114	0	0
B. IV. 1	Bankovní úvěry dlouhodobé	115	0	0
2	Krátkodobé bankovní úvěry	116		0
3	Krátkodobé finanční výpomoci	117	0	0
C. I.	<b>Časové rozlišení (ř. 119 + 120)</b>	118	987	1 797
C. I. 1	Výdaje příštích období	119	987	1 797
2	Výnosy příštích období	120		

Právní forma účetní jednotky :	společnost s r.o.
Předmět podnikání nebo jiné činnosti :	výroba nář. Hmot, prodej staveb. Materiálů

Okamžik sestavení	Podpisový záznam osoby odpovědné za sestavení účetní závěrky	Podpisový záznam statutárního orgánu nebo fyzické osoby, které je účetní jednotkou
10.05.13 10:59	Ing. Tesařova 	Ing. Roman Zvoisky 

**Prodej - nabídka NA131301706**

<b>IZOMAT Praha s.r.o.</b> Michalská 432/12, 110 00 Praha 1		<b>Odběratel:</b> Maloobchod Karlovy Vary M.Grossová , Karlovy Vary 1	
Provozovna: <b>Karlovy Vary</b> Teplárenská 25 36004 - Karlovy Vary 4		Platnost nabídky do: <b>24.09.13</b> Pož. datum dodání:	
Datum vystavení: <b>24.09.13</b> Akce: Zodp. osoba: <b>Robert Horn</b> Způsob odeslání:			

Položka	Množství	MJ	Ceníková cena:	% sl.	Cena po úpravě:	Cena s DPH:	Cena celkem bez DPH
EPS 70 F, tl.140mm	160,000	M2	206,92	25	155,19	187,78	24 830,40
Weber tmel 700 25kg	51,000	KS	186,00	31,97	126,53	153,10	6 452,97
Weber them 117 1,1m (55m2/bal)	55,000	M2	21,50	76,74	5,00	6,05	275,00
Weber them 117 1,1m (55m2/bal)	110,000	M2	21,50	32,73	14,46	17,50	1 590,91
Hmoždinka TFIX-8M-235 8x235mm (bal.100ks)	960,000	KS	12,00	35	7,80	9,44	7 488,00
Weber.pas podklad UNI W (bílý) 20kg	1,000	KS	1 570,00	35	1 020,50	1 234,80	1 020,50
Weber.pas podklad UNI W (bílý) 5kg	2,000	KS	392,50	35	255,13	308,71	510,25
Weber.pas silikon zrnitý 2mm 30kg	17,000	KS	1 707,00	37	1 075,41	1 301,25	18 281,97
Zakládací profil LO 143/10 dl.2m (20m/bal) 201143	1,000	KS	219,1634	50	109,58	132,59	109,58
Rohový profil LK plast 100 Vertex/2,5m (125m/bal) 121.100	1,000	KS	48,00	50	24,00	29,04	24,00
VEDABIT V 60 S35 mineral, 10m2/role	10,000	M2	79,00	20	63,20	76,47	632,00
Příčk. PORFIX 500x250x 75 P2-480 (160ks/pal)	1,000	KS	21,00	15	17,85	21,60	17,85
Příčk. PORFIX 500x250x100 P2-480 (120ks/pal)	1,000	KS	27,40	15	23,29	28,18	23,29
Příčk. PORFIX 500x250x125 P2-480 (96ks/pal)	1,000	KS	34,20	15	29,07	35,18	29,07
EURO Portlandský cement CEM II/B-V 32,5 R 25kg	1,000	KS	68,00	19,12	55,00	66,55	55,00
Prince Color K 01 vápenocementová zdicí a omítková malta, zmo 0-2mm 30kg	1,000	KS	92,10	17	76,44	92,49	76,44
Best KLASIKO tl.4 přírodní	1,000	M2	129,00	10	116,10	140,48	116,10
Zaokrouhlení	1,000		-0,33	0	-0,33	-0,33	-0,33
<b>Celkem CZK bez DPH</b>						<b>61 533,00</b>	
<b>Částka DPH</b>						<b>12 922,00</b>	
<b>Celkem CZK včetně DPH</b>						<b>74 455,00</b>	

S pozdravem **Robert Horn**  
 +420724272870 horn.robert@izomat.cz

*Firma je zapsána v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 6396*

Tel.: +420353997117,  
 Fax: +420353997118  
 Email: kv@izomat.cz

Banka: Komerční banka IČO: 45242003  
 Číslo účtu: 159401041/0100 DIČ: CZ45242003

Příloha C 1. Kalkulace od firmy KARLOMIX - TRADE s.r.o.

NABÍDKA č.: R-12004135



<b>KARLOMIX-TRADE s.r.o.</b> Adresa: Rosnice 63 KARLOVY VARY 380 17 Účet: DIČ : CZ 25214721	Odběratel: Grossová Michala Jméno: Adresa: DIČ :
---	---

Číslo	Název sortimentu	Množství	MJ	DPH	Cena/MJ	Sleva	Cena/MJ po slevě	Celkem
6269	POLYSTYREN 14cm EPS 70 FAS	320,00	ks	21%	106,80	-33%	71,55	22 897,92
00112	TS SPECIAL 25kg (48) šedé fasádní lepidlo	51,00	ks	21%	145,00	-10%	130,50	6 655,50
6117	ARMOVACÍ MŘÍŽKA R 117 š.1,1m 500m bal	150,00	bm	21%	19,30	-25%	14,47	2 171,25
ZPK359	Vector 8x195 kovový šm (100)	800,00	ks	21%	6,50	0%	6,50	5 200,00
PVP001B	PENETRACE CAPATECT 25kg UNIV.	1,00	bal	21%	1 525,00	-20%	1 220,00	1 220,00
PVP002B	PENETRACE CAPATECT 7kg UNIV.	1,00	bal	21%	616,00	-20%	492,80	492,80
OFD005B	CAPATECT KD-REIBPUTZ 20 25kg !!!	20,00	bal	21%	1 200,00	-25%	900,00	18 000,00
0182	YTONG 100 P2-500 ! 90ks/pal	1,00	ks	21%	53,73	-20%	42,98	42,98
0183	YTONG 125 P2-500 ! 72ks/pal	1,00	ks	21%	66,85	-20%	53,48	53,48
0153	YTONG 150 P2-500 ! 60ks/pal	1,00	ks	21%	77,24	-20%	61,79	61,79
0184	YTONG 50 P4-600 ! 156ks/pal	1,00	ks	21%	31,13	-20%	24,90	24,90
0181	YTONG 75 P2-500 ! 120ks/pal	1,00	ks	21%	43,31	-20%	34,64	34,64
09005	BEST KLASIKO 60mm PŘÍRODNÍ-(11,52)	1,00	m2	21%	139,00	-15%	118,15	118,15
01020	VEDABIT V60 S3S MINERAL 10m	1,00	ks	21%	593,00	-15%	504,05	504,05
0020	CEMENT 25kg 56ks	1,00	ks	21%	56,00	-10%	50,40	50,40
00060342	KNAUF MVS1 40kg jádrová omítka (25)	1,00	ks	21%	132,80	-25%	99,60	99,60
201.143	SOKLLIŠTA LO 143 2m 1mm	1,00	ks	21%	124,40	-45%	68,42	68,42
221.100.	ROH.LIŠTA LK 2.5m! AL (50) SE SÍŤI	1,00	ks	21%	74,25	-45%	40,83	40,83

**Celkem bez DPH:** 57 736,73  
**DPH:** 12 124,71  


---

**Celkem s DPH:** 69 861,44

Pokud Vám jiný dodavatel nabízí nižší cenu, pomůžeme Vám nabídky srovnat. Někteří dodavatelé totiž jakoby "omyliem" zapomínají na některé položky a přestože je jejich cena na první pohled nižší, nakonec Vám naučují mnohem víc. Odborným srovnáním nabídek podobnému nepřijemnému překvapení zabráníte.

Převzal: .....

Vystavil: Vegricht Josef .....

Datum: .....

Datum : 25.09.13

**NABÍDKA č. 1900084745 ze dne 14.03.2014**

POZOR - NENÍ DAŇOVÝ DOKLAD

<b>Dodavatel:</b> Saint-Gobain Building Distribution CZ, spol. s r.o. OS 571 - Karlovy Vary Stavebniny RAAB KARCHER Fričova 414/10 360 04 Karlovy Vary  IČ: 47915145      DIČ: CZ47915145 Tel: 353 220 620      Fax: 311 706 035 Termín dodávky: Den 14.03.2014 Nabídka platí: 14.03.2014 - 31.03.2014	<b>Zákazník: 2</b>  Paní Grossová 721 585 939 Mírová Mírová  IČ:                      DIČ:
---	--

Pol.	Č.zboží	Č.zb.dod.	Šarže	Množství	MJ	Cena brutto	Cena po slevě	
	Název			DPH %	Sl.sák.%	Sl.š.1%	Sl.š.2%	
	Poznámka						Cena celkem CZK	
10	171822-00	200.143			1	KS	119,40	89,55
	Profil sokl.zaškládací LO 143-0,8mm/2m			21%			-25,0%	89,55
20	162499-00	401011			50	KS	0,94	0,71
	Hmoždinka natlouk.nylon 6x60 [50]			21%			-25,0%	35,25
30	122827-00	4211730			1	KS	2,53	2,28
	Spojka soklových lišt PVC 30mm			21%			-9,9%	2,28
40	190466-00	640202			160	M2	292,60	152,15
	Polystyren EPS 70 F 1000x500x140mm			21%			-48,0%	24 344,32
50	161234-00	26101-DC			1 300	KG	7,40	4,14
	Malta lepicí DuoContact 25kg			21%			-44,0%	5 387,20
60	137100-00	FLX2140C			176	M2	18,38	13,05
	Tkanina sklovláknitá R 117 A 101 [55m2] 33rol/pal			21%			-29,0%	2 297,22
70	081828-00	150.175			1 000	KS	6,61	3,64
	Hmoždinka tal.IDX-T 8/60x175mm plast.trn			21%			-45,0%	3 635,50
90	001856-00	25001BS-----05			2	KS	364,50	255,15
	Nátěr základní UniPrimer 5kg			21%			-30,0%	510,30
100	124205-00	25002BS-----25			1	KS	1 616,05	1 050,43
	Nátěr základní UniPrimer 25kg			21%			-35,0%	1 050,43
110	245298-00	25104-0019-30			17	KS	1 320,00	884,40
	Omitka GranoporTop K 2 0019 30kg			21%			-33,0%	15 034,80
120	118261-00	9087025020V			1	KS	22,91	19,47
	Lišta kombi PVC+tkanina 10/10mm 2,5m			21%			-15,0%	19,47



Saint-Gobain Building Distribution CZ, spol. s r.o. - IČO 47915145 - DIČ CZ47915145  
 telefon +42 0311/670 607 - fax +42 0311/679 344 - e-mail info@staviiva.cz - www.staviiva.cz, www.sgbd.cz  
 sídlo společnosti: Pod Městkem 884, 25219, Ručná - Bankovní spojení: Unicredit Bank, č.ú.: 2109319006/2700  
 IBAN: CZ33 2700 0000 0021 0331 9006, SWIFT BACXZEPF  
 Společnost je zapsána do obchodního rejstříku vedeného Městským soudem v Praze oddíl C, vložka 173857

**NABÍDKA č. 1900084745 ze dne 14.03.2014**

Pol.	Č.zboží	Č.zb.dod.	Šarže	Množství	MJ	Cena brutto	Cena po slevě
	Název			DPH %	Sl.zák.%	Sl.č.1%	Sl.č.2%
	Poznámka						Cena celkem CZK
130	039010-00	DCIHL06SEDSTA0001NH1		50,880	M2	149,00	126,65
	Dlažba CIHLA 6 neskl.8eG4 (11,52)			21%		-15,0%	6 443,95
							Cena celkem 58 850,27
							Zaokrouhlení 0,17
							Hodnota netto 58 850,27
							Základ DPH 21 % 58 850,27
							DPH 21 % 12 358,56
							-----
							<b>CELKEM K ÚHRADĚ CZK 71 209,00</b>

Vystavil: Michal STOVICEK  
Datum tisku: 14.03.2014 08:20:49

Podpis a razítko: .....



Saint-Gobain Building Distribution CZ, spol. s r.o.  
Obchodní středisko Karlovy Vary  
Frýbova 414/10, 360 04 Karlovy Vary  
IČO: 478 15 145 Tel: 352 320 600




Saint-Gobain Building Distribution CZ, spol. s r.o. - IČO 47915145 - DIČ CZ47915145  
telefon +42 0311/670 607 - fax +42 0311/679 344 - e-mail info@rkstaviva.cz - www.staviva.cz, www.sghd.cz  
sídlo společnosti: Pod Můstken 884, 25219, Rudná - Bankovní spojení: UniCredit Bank, č.ú.: 2109319006/2700  
IBAN: CZ33 2700 0000 0021 0931 9006 - SWIFT BACXCEPP  
Společnost je zapsána do obchodního rejstříku vedeného Městským soudem v Praze oddíl C, vložka 173857

Příloha E 2. Kalkulace od firmy KARLOMIX - TRADE s.r.o.

NABÍDKA č.:

R-12005503



Číslo	Název sortimentu	Množství	MJ	DPH	Cena/MJ	Sleva	Cena/MJ po slevě	Celkem
6269	POLYSTYREN 14cm EPS 70 FAS	320,00	ks	21%	84,00	0 %	84,00	26 880,00
00112	TS SPECIAL 25kg (48) šedé fasádní lepidlo	51,00	ks	21%	130,00	0 %	130,00	6 630,00
ZPK359	Vector 8x195 kovový tm (100)	800,00	ks	21%	6,50	-15 %	5,52	4 420,00
6116	ARMOVACÍ MŘÍŽKA R 117 š.1,1m 10bm bal	1,00	bal	21%	180,00	0 %	180,00	180,00
6117	ARMOVACÍ MŘÍŽKA R 117 š.1,1m 50bm bal	150,00	bm	21%	15,90	0 %	15,90	2 385,00
PVP001B	PENETRACE CAPATECT 25kg UNIV.	2,00	bal	21%	1 525,00	-20 %	1 220,00	2 440,00
201.143	SOKLIŠTA LO 143 2m 1mm	1,00	ks	21%	165,00	-40 %	99,00	99,00
221.100.	ROHLIŠTA LK 2.5m² AL (50) SE SÍŤÍ	1,00	ks	21%	74,25	-40 %	44,55	44,55
D9	DOPRAVA KARLOMIX 9tun	1,00	ks	21%	600,00	0 %	600,00	600,00
09005	BEST KLASIKO 60mm PŘÍRODNÍ(11,52)	1,00	m2	21%	149,00	-10 %	134,10	134,10
OFD005B	CAPATECT KD-REIBPUTZ 20 25kg !!!	20,00	bal	21%	1 249,00	-30 %	874,30	17 486,00

Celkem bez DPH: 61 298,65

DPH: 12 872,71

**Celkem s DPH: 74 171,36**

Pokud Vám jiný dodavatel nabízí nižší cenu, pomůžeme Vám nabídky srovnat. Někteří dodavatelé totiž jakoby "omylem" zapominají na některé položky a přestože je jejich cena na první pohled nižší, nakonec Vám naúčtují mnohem víc. Odborným srovnáním nabídek podobnému nepřijemnému překvapení zabráníte.

**BigMat**  
EVROPSKÁ SÍŤ STAVEBNIN  
Karlomix - trade s.r.o.


Převzal: .....

Vystavil: Půža .....

Datum: .....

Datum : 28.03.14

Příloha F Kalkulace od firmy STAVMAT IN, a.s.

<b>Dodavatel:</b>   <b>STAVMAT IN, a.s.</b> Příkop 6 60200 Brno Česká republika IČO: 25591304 DIČ: CZ25591304  <small>Dodavatel je registrován pod spisovou značkou oddíl B, vložka 3235 ze dne 22.02.2000 u Krajský soud Brno.</small>  <b>Středisko:</b> K.Vary Nad Dvorem 1 360 05 Karlovy Vary 5	<b>Nabídka vydaná č.</b> <b>NV11-198/2014</b> Strana 1
	<b>Odběratel:</b> <b>Zákaznické číslo: 0</b>  <b>#Bez příslušnosti k firmě NEMAZAT !!!</b> <b>NEMAZAT !!!</b> <b>NEMAZAT !!!</b>  IČO: <b>DIČ:</b>  Datum vystavení dokladu: 31.3.2014 Platí do:

Předmět zdanitelného plnění	Množství / J.	Cena za jedn. v CZK bez DPH	Cena celkem bez DPH	Sazba DPH	Částka DPH	Cena celkem s DPH
859510010 Den S2802A přísada do stav.směsí 5kg	4ks	179,790	719,16	21%	151,02	870,18
201080040 Baumit DuoContact 25kg	23ks	112,544	2 588,51	21%	543,59	3 132,10
802000202 DCD EPS 70 F 1000/500/140mm	160m2	137,200	21 952,00	21%	4 609,92	26 561,92
180502008 HPI tkanina Vertex R117 /55m2/	176M2	14,635	2 575,76	21%	540,91	3 116,67
859010840 Hmozdinka fasádní TTH 10/60-210mm	800ks	4,649	3 719,20	21%	781,03	4 500,23
201080040 Baumit DuoContact 25kg	23ks	112,544	2 588,51	21%	543,59	3 132,10
201100002 Baumit UniPrimer základní nátěr 25kg	2ks	1 108,710	2 217,42	21%	465,66	2 683,08
201100071 Baumit GranoporTop omít. K2 30kg skrab.- ba	18Ks	860,778	15 494,00	21%	3 253,74	18 747,74
180500000 HPI profil U-Form typ 1 2m U 14cm zakl.	1Ks	86,500	86,50	21%	18,17	104,67
180502008 HPI lista kombi PVC/tkanina 10/10 2,5m	1Ks	29,970	29,97	21%	6,29	36,26
180502000 HPI lista zacíst+tkanina 206 EKO 2,4m	1Ks	53,430	53,43	21%	11,22	64,65

		Částky v CZK		
		Bez DPH	DPH	Celkem
základní sazba	21 %	52 024,46	10 925,14	62 949,60
Celkem		52 024,46	10 925,14	62 949,60
Zaokrouhlení				0,40
<b>Částka k úhradě</b>				<b>62 950,00</b>

Základem pro výpočet daně je částka "Bez DPH".

Vystavil(a): Kozelka Jiří

Převzal(a), dne:

Schválil(a), dne:

Vystaveno v systému ABRAG3

Telefon:724551775

Fax: 353569585

E-mail: kv.prodejna@stavmat.cz

Mobilní telefon:353560885

WWW: www.stavmat.cz

**NABÍDKA**  
1/2

ČÍSLO DOKLADU NAB-520-14-00741

<b>DEK</b>	<b>DODAVATEL</b>	<small>Zapovědní společnost DEKTRADE s.r.l. zapsaná v obchodním rejstříku, číslo 1523</small>	<b>ADRESÁT</b>	<small>Č. OBJEDNÁVKY:</small>
	DEKTRADE a.s. Pobočka Karlovy Vary Tiskařská 257 / 10 10800 Praha 10	IČO : 48589837 DIČ : CZ699000797	<b>Vážený zákazník</b>	
	Datum vystavení PLATÍ DO	4.4.2014 4.5.2014	<b>Česká republika</b>	IČO : DIČ : Tel. : Fax :

Č. POL.	POPIS	MNOŽSTVÍ MJ	CENA MJ CENÍK BEZ DPH	SLEVA [%]	CENA MJ PO SLEVĚ BEZ DPH	CENA MJ PO SLEVĚ S DPH	CENA CELKEM BEZ DPH
1640101440	Váber pas akrylát - zrnitý 2 mm bezpř. - 50kg	19,000 ks	1 530,00 Kč	30,0	1 071,00 Kč	1 295,91 Kč	20 349,00 Kč
1640102590	Váber tmel 700 - 25kg	52,00 bal	192,50 Kč	29,0	136,675 Kč	165,376731	7 107,10 Kč
1710100330	Tlumiče R117 dlo 4,3x4,3mm 145g/m2 55m2bal VERTEX	4,00 role	1 391,50 Kč	35,0	904,475 Kč	1 094,415 Kč	3 617,90 Kč
1640101241	Váber pas podklad UNI bílý (W) - 5kg	8 bal	415,00 Kč	33,0	278,05 Kč	336,44 Kč	2 224,40 Kč
1460403220	Polyetylen 70F 140mm 500x1000 bal A (1,5m2bal)	112,0000 bal/k	405,30 Kč	41,2	238,3164 Kč	288,362857	26 691,44 Kč
1714000600	Talířové hmoždírky TFDX-8M-215 Koelner	10 balení	1 050,00 Kč	15,0	892,50 Kč	1 079,925 Kč	8 925,00 Kč
4400840805	BEST - KLASIKO rovné 80 PR	1,00 m2	199,00 Kč	12,0	175,12 Kč	211,90 Kč	175,12 Kč
1710110210	Zakládky soklový profil LO145 1,02m LKOV	1 ks	234,60 Kč	35,0	152,49 Kč	184,51 Kč	152,49 Kč
1712025280	Ušle korní LK3 plast 100x2,5m	1 ks	45,21 Kč	35,0	29,3865 Kč	35,56 Kč	29,39 Kč
1712027715	Zaškrťovací ocelní profil STYRO 2,4mra Barinon	1 ks	132,00 Kč	35,0	85,80 Kč	103,82 Kč	85,80 Kč
1712025682	LT Styro ocelní profil PVC 2,5m	1 ks	89,75 Kč	35,0	58,3375 Kč	70,59 Kč	58,34 Kč
Cena bez DPH							69 415,98 Kč
VYSTAVIL	Chaloupka Petr			0 %		15 %	21 %
TELEFON	+420739488130			ZÁKLAD DPH	0,00 Kč	0,00 Kč	69 415,98 Kč
				DAŇ K UPLATNĚNÍ	0,00 Kč	0,00 Kč	14 577,35 Kč
POZNÁMKA				ZÁKLAD JIŽ VYÚČT.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
				DAŇ DŘÍVE VYÚČT.	0,00 Kč	0,00 Kč	0,00 Kč
akce: RD Mirová				ZAKROUHLĚNÍ			0,67 Kč
<b>K ÚHRADĚ</b>							<b>83 994,00 Kč</b>



## **Abstrakt**

Grossová, Michaela. *Analýza trhu dodavatelů stavebních materiálů*. Bakalářská práce. Cheb: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 59 s., 2014

**Klíčová slova:** analýza trhu, marketingový mix, 4C

Předložená práce je zaměřena na zhodnocení firmy KESSL spol. s r.o., prodejce stavebních materiálů, prostřednictvím analýzy trhu dodavatelů stavebních materiálů. Tato analýza má pomoci zmíněné firmě při realizaci konkurenční strategie. Nejdříve je provedena charakteristika firmy jak po formální stránce, tak i za pomoci vybraných finančních ukazatelů. Poté je popsán trh stavebních materiálů v Karlových Varech a následně je provedena samotná analýza, která je zpracována z pohledu zákazníka, a vyjadřuje tak rozdíly v přístupu jednotlivých firem k zákazníkům. Na závěr jsou vyhodnocena kritéria samotné analýzy a navrhuta zlepšení stavebninám KESSL spol. s r.o.

## **Abstract**

Grossová, M. *An analysis of the market of the building material suppliers*. Bachelor thesis. Cheb: Faculty of economics, University of West Bohemia, 59 p., 2014

**Key words:** market analysis, marketing mix, 4C

The bachelor thesis aims at the assessment of the company KESSL s.r.o. (Limited Liability Company-LLC), a supplier of building materials, by means of a market analysis of building material suppliers. The goal of this analysis is to help the above mentioned company implement a competitor's strategy. First the company characteristic is carried out by means of applying formal criteria as well as some selected financial indicators. Next the market with building materials in Karlovy Vary is described and then the analysis itself is carried out as seen from the customer's point of view because it is just this factor that can reflect the differences in the attitudes of the individual companies towards their customers. In conclusion the criteria of the analysis are evaluated and some improvements are proposed to the company Kessl building supply store LLC.