



# VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

## FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

## ÚSTAV EKONOMIKY

INSTITUTE OF ECONOMY

# PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR – ZALOŽENÍ VÝROBNÍHO PODNIKU

BUSINESS PLAN-STARTING A NEW COMPANY

## BAKALÁŘSKA PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

## AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Frederik Dědic

## VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.

BRNO 2017

## Zadání bakalářské práce

Ústav: Ústav ekonomiky  
Student: **Frederik Dědic**  
Studijní program: Ekonomika a management  
Studijní obor: Ekonomika podniku  
Vedoucí práce: **Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.**  
Akademický rok: 2016/17

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a se Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně zadává bakalářskou práci s názvem:

### Podnikatelský záměr - založení výrobního podniku

#### Charakteristika problematiky úkolu:

Úvod  
Vymezení problému a cíle práce  
Teoretická východiska práce  
Analýza problému a současné situace  
Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení  
Závěr  
Seznam použité literatury  
Přílohy

#### Cíle, kterých má být dosaženo:

Bakalářská práce se bude zaměřovat na vytvoření reálného podnikatelského záměru pro stavební firmu na Vsetíně. Nejdříve se zaměřím na teoretický rozbor struktury podnikatelského záměru. Následně budu v druhé praktické části realizovat konkrétní projekt. Hlavním cílem této práce je vytvoření kvalitního podnikatelského záměru, na kterém bude možné stavět základní kameny nové firmy.

#### Základní literární prameny:

KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO. Založení a řízení podniků: pro obor Podnikové finance a obchod: studijní text pro kombinované studium. Brno: Zdeněk Novotný, 2003. Učební texty vysokých škol (Vysoké učení technické v Brně. Podnikatelská fakulta). ISBN 8021425105.

MARTINOVIČOVÁ, Dana a Jakub TABAS. Nauka o podnikání. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2009. ISBN 9788021438514.

SRPOVÁ, Jitka. Podnikatelský plán a strategie. 1. Praha: Grada, 2011, s. 194. ISBN 978-80-247-4103-1.

SYNEK, Miloslav a kolektiv: Manažerská ekonomika. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. 455 s. ISBN 80-7169-211-5.

ZINECKER, Marek. Finanční řízení podniku. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2006. ISBN 8021431504.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2016/17.

V Brně, dne 28. 2. 2017

L. S.

---

doc. Ing. Tomáš Meluzín, Ph.D.  
ředitel

---

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.  
děkan

## **Abstrakt**

Má bakalářská práce se bude zaměřovat na vytvoření reálného podnikatelského záměru pro stavební firmu na Vsetíně. Nejdříve se zaměřím na teoretický rozbor struktury podnikatelského záměru. Následně budu v druhé praktické části realizovat konkrétní projekt. Hlavním cílem této práce je vytvoření kvalitního podnikatelského záměru, na kterém bude možné stavět základní kameny nové firmy.

## **Abstract**

My desertation work will focus at creating of real business plan for construction company at Vsetín. Firstly i would like to focus at theoretical part of structure of business plan, secondly focus at practical part of concrete project. The aim of this work is to create quality business plan, which can be used as basic stone of new company.

## **klíčová slova**

podnikatelský záměr, podnikatelský plán, založení podniku, SWOT analýza

## **key words**

business plan, the start-up of the small-sized enterprise, SWOT analysis

### **Bibliografická citace**

DĚDIC, F. *Podnikatelský záměr - založení výrobního podniku*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2017. 91 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D..

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 26. května 2017

---

podpis studenta

## **Poděkování**

Mé největší poděkování patří panu Ing. Tomáši Heraleckému, Ph.D., za trpělivost, cenné rady i čas, který mi věnoval, při vedení mé bakalářské práce. Dále bych chtěl poděkovat všem, kteří mi pomohli shromáždit veškeré materiály a podklady na základě, kterých má práce vznikla.

# OBSAH

ÚVOD.....	9
1 CÍL A METODIKA PRÁCE.....	11
2 TEORETICKÁ VÝCHODISKÁ PRÁCE.....	12
2.1 Podnikatelský záměr.....	12
2.1.1 Definice podnikatelského záměru.....	12
2.1.2 Požadavky podnikatelského záměru.....	13
2.1.3 Účel podnikatelského záměru.....	14
2.2 Podnik a podnikání.....	14
2.2.1 Definice podniku a podnikání.....	15
2.3 Podnikatel.....	15
2.3.1 Definice podnikatele.....	15
2.4 Právní forma podniku.....	16
2.4.1 Hlavní kritéria rozhodování o volbě právní formy podniku.....	16
2.5 Podnikání jednotlivců.....	19
2.6 Obchodní korporace.....	20
2.6.1 Společnost s ručením omezeným (s.r.o.).....	21
2.6.2 Akciová společnost (a.s.).....	21
2.6.3 Veřejná obchodní společnost (v.o.s.).....	21
2.6.4 Komanditní společnost (k.s.).....	22

2.7	Státní podnik .....	22
2.8	Zdroje a možnosti financování podniku.....	22
2.8.1	Interní zdroje financování podniku.....	23
2.8.2	Externí zdroje financování podniku.....	25
2.9	Marketingový plán .....	30
2.10	Marketingový mix .....	31
2.10.1	Produkt.....	31
2.10.2	Cena .....	33
2.10.3	Místo .....	34
2.10.4	Propagace.....	34
2.11	SWOT analýza.....	34
2.12	SLEPT analýza .....	35
2.13	Analýza rizik .....	35
2.14	Metody investic .....	36
3	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU .....	38
3.1	SLEPT analýza.....	38
3.1.1	Sociální faktory.....	39
3.1.2	Ekonomické faktory.....	40
3.1.3	Technologické faktory .....	42
3.1.4	Politické faktory.....	43
3.1.5	Legislativní faktory.....	43

3.2	SWOT analýza .....	45
3.2.1	Silné stránky .....	45
3.2.2	Slabé stránky .....	46
3.2.3	Příležitosti .....	46
3.2.4	Hrozby .....	46
3.3	Porterův model konkurenčních sil .....	47
3.3.1	Konkurence na daném trhu .....	47
3.3.2	Vyjednávací síla zákazníků (odběratelů) .....	49
3.3.3	Vyjednávací síla dodavatelů .....	49
3.3.4	Hrozba vstupu nových konkurentů .....	49
3.3.5	Hrozba substitutů .....	49
3.4	Marketingový průzkum potencionálního trhu .....	50
4	VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ .....	54
4.1	Podnikatelský záměr .....	54
4.1.1	Představení zainteresovaných společností .....	54
4.1.2	Podmínky založení s.r.o. ....	56
4.1.3	Popis činnosti .....	57
4.1.4	Výrobky .....	57
4.1.5	Cena výrobků .....	60
4.1.6	Distribuční cesty .....	61
4.1.7	Propagace .....	61

4.2	Finanční plán .....	62
4.2.1	Organizační struktura a náklady na mzdy.....	62
4.2.2	Celkové počáteční náklady .....	64
4.2.3	Výběr bankovního úvěru .....	66
4.2.4	Splácení úvěru.....	67
4.2.5	Odpisy .....	67
4.3	Plán nákladů a výnosů.....	68
4.3.1	Předpokládané náklady .....	68
4.3.2	Předpoklad poptávky .....	69
4.3.3	Cash flow .....	72
4.3.4	Bod zvratu.....	72
4.3.5	Čistá současná hodnota .....	73
4.3.6	Analýza rizika .....	73
	ZÁVĚR .....	75
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....	77
	SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ .....	80
	SEZNAM GRAFŮ .....	81
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	82
	SEZNAM TABULEK .....	83
	SEZNAM PŘÍLOH.....	85

# ÚVOD

Podnikatelský plán je jeden z pilířů úspěšného podniku, může přinést peníze i úspěch. Vzhledem k tomu, že obsahuje veškeré důležité informace o firmě i jejím podnikání, slouží jako prostředek k porovnání představy o podnikání se skutečnou realitou. Správné sestavení podnikatelského plánu nám řekne, zda je plánovaný projekt životaschopný a upozorní na možné překážky v budoucnu. Pokud společnost usiluje o získání finančních prostředků od bankovních institucí či investorů, nebo chce sehnat společníka, je existence podnikatelského plánu de facto nutností, neboť právě s tímto dokumentem tyto oslovujeme.

Podnikatelský plán bude vytvořen pro reálný projekt a bude se týkat nově vznikající společnosti Přístřešky-regály, s.r.o., která se bude zabývat, jak název napovídá, výrobou přístřešků na automobily, přístřešků na dřevo a výrobou montovaných regálů pro průmyslové využití. Tuto společnost zakládá můj bratr a já se po skončení studií chci stát společníkem. Proto chci již od samého počátku být součástí tohoto projektu.

V práci budu také zmiňovat již existující společnost XY, která byla založena v roce 2003 mým bratrem a v budoucnu bude úzce spolupracovat s nově zakládanou společností Přístřešky-regály, s.r.o.

Neexistuje žádný přesný předpis, jak by měl podnikatelský plán vypadat, není upravován žádnou legislativou, není zmiňován v živnostenském zákonu ani obchodním zákoníku. Struktura mého podnikatelského plánu bude obsahovat zejména:

- 1. exekutivní sumář** – popis podnikatelského záměru, cílový zákazník, strategie a její implementace, manažerské zkušenosti a dovednosti a finanční plánování,
- 2. popis podnikatelského záměru** - charakteristika odvětví v makroekonomickém prostředí, charakteristika odvětví, důvody k podnikání,
- 3. marketing** - průzkum trhu, analýza dat, potenciální zákazníci, velikost trhu, konkurence, silné a slabé stránky, marketingový plán (SWOT analýza),
- 4. místo podnikání** - zmapování situace na trhu, dodavatelů, pracovníků,

**5. finanční plán** - financování, tržby, výdaje, cash flow, předběžný výklad výnosů a nákladů,

**6. management** - vedení, zaměstnanci, potřeby pracovníků, hrubý propočet mezd, organizační struktura,

**7. kritická místa** - potenciaální rizika, vliv konkurenceschopný.

# 1 CÍL A METODIKA PRÁCE

Cílem mé práce je vytvoření podnikatelského plánu pro reálný projekt, ke kterému bych se chtěl po skončení studií připojit a stát se společníkem. Jedná se o nově vznikající společnost s ručením omezeným s názvem Přístřešky-regály, s.r.o., která se bude zabývat výrobou přístřešků na automobily, přístřešků na dřevo a výrobou montovaných regálů pro průmyslové využití. V dnešní době již prakticky nelze najít tzv. díru na trhu, proto našim cílem bude maximální spokojenost zákazníka. Tého chceme dosáhnout profesionálním přístupem, kvalitou vyráběného sortimentu, a hlavně bezkonkurenčními cenami.

Práce je založena na poznatcích z odborné literatury, průzkumech trhu a zkušenostech v oboru strojírenství. Skládá se ze dvou částí, a to z části teoretické a z části praktické.

Teoretická část bude pojednávat o sestavení a struktuře podnikatelského záměru, který pomůže při rozjezdu podniku a bude i pro externí potřebu. Vysvětlím v ní použité metody i analýzy a v neposlední řadě se budu věnovat postupu při založení podniku, možnostech financování a legislativě České republiky.

V analytické části se budu věnovat reálným analýzám, jako jsou SLEPT, SWOT a Porterův model pěti konkurenčních sil, které nám pomohou odhalit interní i externí rizika a ovlivňující faktory. Dále zde rozeberu marketingový průzkum, který nám ukáže, zda o plánované výrobky bude na trhu zájem.

V části vlastních návrhů řešení se budu věnovat faktickému založení společnosti Přístřešky-regály, s.r.o. Cílem podnikatelského plánu je potvrdit, že založení podniku je realizovatelné a tento bude v budoucnu ziskový a konkurenceschopný. Konkrétní návrhy se budou týkat organizační struktury, informační struktury, dodavatelů i odběratelů, budou zmíněny výhody, nevýhody i možná rizika podnikatelského záměru.

## 2 TEORETICKÁ VÝCHODISKÁ PRÁCE

V této části jsem se zaměřil na teorii, která je nezbytná k založení podniku a pochopení všeho okolo podnikatelského záměru.

### 2.1 Podnikatelský záměr

Pro začátek je důležité si říct, co to podnikatelský záměr vůbec je, k čemu slouží, jaký je jeho účel a jaký má přínos pro podnikání.

*„Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů.“<sup>1</sup>*

#### 2.1.1 Definice podnikatelského záměru

Jedním ze základních nejdůležitějších zásad pro založení firmy, je sestavení správného podnikatelského plánu. Podnikatelský plán je důležitý nejen pro vlastní potřebu, ale zároveň pro potenciální partnery, investory či banky při žádosti o úvěr<sup>2</sup>.

Pro založení podniku nebo pro zajištění jeho dalšího rozvoje je tedy nutné definovat cíle, a to pro tak rozdílené oblasti jako jsou vývoj potřeb trhu a poskytování služeb, zdroje financování či stanovení strategií a jejich dosažení<sup>3</sup>.

Výsledky tohoto plánovacího a rozhodovacího procesu musí být obsaženy v písemné studii. Tato studie se nazývá podnikatelský záměr (plán). Studie především musí

---

<sup>1</sup>Dotace, financování. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/podnikatelsky-plan-a-strategie-23349.html#!&chapter=1>.

<sup>2</sup> SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 2011

<sup>3</sup> MARTINOVIČOVÁ, Dana a Jakub TABAS. *Nauka o podnikání*. 2009.

obsahovat údaje o vzdělání a zkušenostech odborných pracovníků podniku, odhady tržní situace, informace o dosavadním rozvoji podniku a o finančním plánování<sup>4</sup>.

Podnikatelský plán je tedy výrazem podnikatelského záměru, definuje a kvantifikuje podnikatelské cíle a strategii zvolenou k jejich dosažení<sup>4</sup>.

### 2.1.2 Požadavky podnikatelského záměru

Pokud se požadavky splní, může mít podnikatelský záměr velký přínos pro podnikatele. Při sestavování podnikatelského záměru by mělo platit pár základních pravidel, ty jsou patřičné:

- srozumitelnost – není dobré dávat všechny myšlenky do jedné, je lepší mít jednoduše rozříděné své nápady do více oblastí, a to i pro nezainteresované osoby, někdy je lepší použít při vysvětlování tabulku,
- logičnost – myšlenky musí být seřazeny postupně, nesmí se přeskakovat od problému k jinému, bez znalosti teorie a jednotlivé věci se nesmí vyvracet,
- uváženost a stručnost – stručně shrnout danou problematiku, ale nesmí se vynechat základní fakty, kterou se mohou jevit jasně, nicméně nemusí popisovat zmíněné problémy,
- pravdivost a reálnost – žádný záznam by neměl být neověřený nebo přímo lež, reálnost by měla být jistotou, neměla by se také skrývat slabá místa, která dříve či později vyplavou na povrch,
- respektování rizika – plán si musí být vědom nastávajících rizik a musí počítat s možností výběru více variant v těžších časech<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> MARTINOVIČOVÁ, Dana a Jakub TABAS. *Nauka o podnikání*. 2009

<sup>5</sup> VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 2012

### 2.1.3 Účel podnikatelského záměru

Pro interní použití slouží k utřídění myšlenek a k uvědomění si dílčích kroků. Sestavený plán slouží k určení strategie, růstu podniku nebo plánovaným změnám. V průběhu sestavování pracujeme s dvěma možnými variantami<sup>6</sup>.

Nejdříve je to optimistický průběh založení a chodu podniku, druhý je pak varianta pesimistická, kde přicházíme na to, jaká rizika nás mohou potkat<sup>6</sup>.

V rámci získávání financí můžeme náš plán dát k nahlédnutí pro případné společníky nebo investory, kteří svými poznatky mohou přispět k pozitivní změně plánu. Na základě těchto poznatků mohou přistoupit na partnerství. Správně sestavený podnikatelský plán se všemi náležitostmi může také posloužit k získání úvěru v bance<sup>7</sup>.

## 2.2 Podnik a podnikání

Pro kompletní pochopení je třeba si definovat, co to podnik nebo podnikání je. V této kapitole uvedu definici podniku, podnikání a uvedu různé právní formy podniku.

Vysvětlit, co je podnikání není v dnešní době jednoduché. V běžném slovníku najdeme spoustu pojetí<sup>8</sup>.

Mezi nejčastěji používané definice se řadí ekonomické pojetí, psychologické pojetí, sociologické pojetí a právnícké pojetí. Někdy se podnikání používá jako označení pro každou činnost soukromého podniku, bez ohledu na velikost a aktivitu. Nejjednodušší a nejuznávanější definice je, že se jedná o samostatně výdělečnou činnost za účelem zisku<sup>8</sup>.

V různé literatuře najdeme i jiné definice. Podnikání je proces vytváření něčeho jiného, čemuž náleží určitá hodnota, prostřednictvím vynakládání času a úsilí, přebírání doprovodných rizik a získávání odměny v podobě peněžního a vlastního uspokojení<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 2011, s. 15

<sup>7</sup> VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 2012

<sup>8</sup> VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 2005

### 2.2.1 Definice podniku a podnikání

Podnik je funkčně a právně samostatný podnikatelský subjekt, sestávající se z hmotných, osobních i nehmotných složek. Činnost podniku spočívá v uspokojování potřeb jiných subjektů. Jeho cílem je dosahování zisku<sup>9</sup>.

Podnikání se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku<sup>10</sup>.

Místem podnikání fyzické osoby je adresa zapsaná jako její místo podnikání v obchodním rejstříku nebo v jiné zákonem pravené evidenci<sup>10</sup>.

Podnikatel je povinen zapisovat do obchodního rejstříku své skutečné místo podnikání. Sídlem organizační složky podniku (§ 7) se rozumí adresa jejího umístění<sup>10</sup>.

## 2.3 Podnikatel

Podnikatel je člověk, kterému podnikatelský záměr slouží. Je to pro něj cenný zdroj informací a opora paměti<sup>11</sup>.

Podnikatel je Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele. Osoba musí být zapsána v obchodním rejstříku<sup>12</sup>.

### 2.3.1 Definice podnikatele

Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) definuje podnikatele takto:

---

<sup>9</sup> SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 1996

<sup>10</sup> Zákon č. 90/2012 Sb., obchodních společnostech a družstvech

<sup>11</sup> MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky: krok za krokem*. 2014

<sup>12</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

- osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu<sup>13</sup>.

## 2.4 Právní forma podniku

To, jakou právní formu podnikání podnikatel zvolí je čistě na něm. Každá právní forma podléhá stanoveným právním normám, které ovlivňují podnikatelovo rozhodování. Tato volba má velký význam pro každou firmu z důvodu dlouhodobých ekonomických, právních, administrativních a daňových hledisek. Právní forma, zvolená na počátku nemusí být zachována, ale může být během let změněna. Nejde říct, která právní forma je nejlepší, každá má své výhody i nevýhody<sup>14</sup>.

Formy podnikání dělíme na jednotlivce, obchodní korporace a státní podniky<sup>14</sup>.

### 2.4.1 Hlavní kritéria rozhodování o volbě právní formy podniku

Zvolit vyhovující právní formu patří k důležitým rozhodnutím, která se z dlouhodobého pohledu musí udělat. Kvalitní strategie musí zohlednit také daňová, administrativní, výdělečná a podnikohospodářská hlediska<sup>15</sup>.

Kritéria pro rozhodování o volbě právní formy jsou:

- způsob a rozsah ručení (podnikatelské riziko),
- oprávnění k řízení, tj zastupování podniku navenek, vedení podniku, možnost spolurozhodování apod.,

---

<sup>13</sup>Zákon č. 90/2012 Sb., obchodních společnostech a družstvech

<sup>14</sup>MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky: krok za krokem*. 2014, s. 10

<sup>15</sup>SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 1996

- počet zakladatelů,
- nároky na počáteční kapitál,
- administrativní náročnost založení podniku a rozsah výdajů spojených se založením a provozováním podniku,
- účast na zisku nebo ztrátě,
- finanční možnosti,
- daňové zatížení,
- povinnost zveřejňovat informace<sup>16</sup>.

### **Způsob a rozsah ručení (podnikatelské riziko)**

Podle platné právní úpravy existují dvě varianty ručení. A to:

- omezené (podnikatel ručí za závazky podniku do výše svého majetkového vkladu do podniku),
- neomezené (podnikatel ručí za závazky podniku celým svým majetkem)<sup>16</sup>.

### **Oprávnění k řízení**

Základem je zmocnění vést podnik a zastupovat ho navenek. Podle obchodního zákoníku existují dvě možnosti. A to:

- v určitých případech je rozhodnutí na majitelích,
- zákon udává, jaké orgány musí podnik mít a jaké jsou jejich kompetence<sup>16</sup>.

### **Počet zakladatelů**

Založení společnosti s ručením omezeným či akciové společnosti je (za splnění určitých podmínek) možné jednou osobou (fyzickou, u a. s. právnickou), naproti tomu osobní obchodní společnosti jsou na založení potřeba osoby minimálně dvě. U společnosti s ručením omezeným jako u jediné limituje obchodní zákoník maximální počet společníků<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup>SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 1996

## **Nároky na počáteční kapitál**

Minimální rozsah kapitálu potřebného k založení podniku je ze zákona definován pouze pro kapitálové společnosti, tedy pro společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti (2 mil. Kč)<sup>17</sup>.

## **Administrativní náročnost založení**

Administrativní náročnost je spojena s úpravou podmínek, za kterých podnik vzniká. Nejnáročnější je založení akciové společnosti. Naproti tomu u podnikatelů – živnostníků se jedná o jednorázový akt, například vydání živnostenského oprávnění<sup>17</sup>.

V obchodních společnostech mají vliv zejména výdaje spojené:

- s povolením živnosti,
- se zpracováním společenské smlouvy a jejím notářským ověřením,
- se zápisem v obchodním rejstříku,
- se zpracováním a zveřejněním auditu<sup>17</sup>.

## **Účast na zisku či ztrátě**

Míra rizika podnikatele je úměrná jeho účasti na zisku či ztrátě. U osobních obchodních společností (obdobně i u kapitálových společností) se zisk dělí rovným dílem – pokud společenská smlouva nestanoví jinak – nebo dělení plyne ze zákona. U akciových společností podíl na zisku u akcionáře závisí na rozhodnutí valné hromady<sup>17</sup>.

Důležitým kritériem je také zdanění zisku u akciové společnosti a společnosti s ručením omezeným: zisk vyprodukovaný firmou podléhá dvojímu zdanění. Nejdříve je zdaněn formou daně z příjmu právnických osob, následně je kapitálový výnos opět zdaňován<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup>SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 1996

## **Finanční možnosti**

Jde o možnosti zvýšení a na přístupu k cizímu kapitálu. Úvěrové možnosti jednotlivých právních forem se značně liší. Odvíjí se od výše kapitálu, kterým společnost disponuje a významnou roli hraje i způsob a míra ručení společníků. Cizí zdroje nemusí mít podobu pouze bankovních úvěrů, v úvahu přichází půjčka od majitelů podniku, u akciových společností také forma emise obligací<sup>18</sup>.

## **Daňové zatížení**

Při volbě právní formy podnikání je daňové hledisko velmi důležité. Podnikatelé platí v současné době přímé daně (z příjmu, nemovitostí, z převodu nemovitostí, silniční), tak i nepřímé daně (daň spotřební, z přidané hodnoty). Důležité kritérium pro daňové zatížení je také způsob vedení účetnictví; podmínky vedení účetnictví můžeme najít v zákoně č. 563/1991 Sb. a zákon č. 586/1992 Sb. Způsob vedení účetnictví má zásadní dopad na základ daně z příjmu<sup>18</sup>.

## **Povinnost zveřejňování**

Tato povinnost je upravena zákonem č. 591/1992 Sb., zákonem č. 563/1991 Sb. a zákonem č. 513/1991 Sb. povinností zveřejňování se rozumí zejména povinnost publikovat auditovanou účetní závěrku do 30 dnů po konání valné hromady, která tuto závěrku projednala<sup>18</sup>.

## **2.5 Podnikání jednotlivců**

Jednotlivci většinou podnikají ve formě živnosti. Tyto osoby (OSVČ), které podnikají v závislosti na živnostenském oprávnění nebo na základě předpisů. V České republice je platný živnostenský zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. Tento zákon definuje živnost v §2 následovně:

---

<sup>18</sup>SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*.1996

Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem<sup>19</sup>.

Jsou-li splněny podmínky stanovené živnostenským zákonem, může živnost provozovat fyzická i právnická osoba. Živnostenská oprávnění dělíme na ohlašovací a koncesované. Ohlašovací živnosti se provozují na základě ohlášení, za splnění určitých podmínek a jsou doloženy výpisem ze živnostenského rejstříku. Opakem jsou živnosti koncesované, také jsou doloženy výpisem, avšak musí dojít k jejich povolení přes příslušný úřad na základě odborné způsobilosti<sup>20</sup>.

Kategorie založená na zvláštních předpisech obsahuje činnosti a podnikání, ke kterým je většinou nutnost splnění státní zkoušky, jde o daňové poradce, advokáty, lékaře, soudní exekutory, notáře, burzovní makléře aj. Mezi případy bez státní zkoušky patří osoby řídící se autorským zákonem, jako jsou herci, spisovatelé, skladatelé nebo výtvarní umělci<sup>21</sup>.

## 2.6 Obchodní korporace

Druhá kategorie se zabývá obchodními korporacemi, mezi ně patří obchodní společnosti a družstva. Společnostmi jsou: společnost s ručením omezeným (s. r. o.), veřejná obchodní společnost (v. o. s.), akciová společnost (a. s.) a komanditní společnost (k. s.). Za obchodní společnosti považujeme sdružení zainteresovaných osob, které založí společnost na základě společenské smlouvy<sup>21</sup>.

Takto vzniklé společnosti se zapsáním do veřejného rejstříku nabývají práva a jejich vznik slouží k účelu podnikání. Rozlišujeme dvě kategorie obchodních společností, a to kapitálové a osobní. První kategorie osobní obchodní společnosti jsou tvořeny veřejnou obchodní společností a komanditní společností<sup>19</sup>.

Druhá kategorie pojednává o kapitálových obchodních společnostech a je zastoupena společností s ručením omezeným a akciovou společností<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů

<sup>20</sup> Zákon č. 90/2012 Sb., obchodních společnostech a družstvech

<sup>21</sup> MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky: krok za krokem*. 2014, s. 18

### **2.6.1 Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)**

Společnost, jejíž základní kapitál je tvořen vklady společníků a jejíž společníci ručí za závazky společnosti, dokud nebylo zapsáno splácení vkladů do obchodního rejstříku<sup>22</sup>.

Řadí se společně s akciovou společností se řadí mezi tzn. kapitálové společnosti. To rozhoduje právní úprava České republiky<sup>22</sup>.

### **2.6.2 Akciová společnost (a.s.)**

Její základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě. Společnost odpovídá za porušení svých závazků celým svým majetkem. Akcionář neručí za závazky společnosti. Je nutný vysoký základní kapitál<sup>22</sup>.

Akciová společnost nebyla drobnými, malými a středními podnikateli vyhledávána. V poslední době se však především z důvodů anonymity stává oblíbenější a mnohem vyhledávanější<sup>23</sup>.

### **2.6.3 Veřejná obchodní společnost (v.o.s.)**

Společnost, ve které alespoň dvě osoby podnikají pod společnou firmou a ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně celým svým majetkem<sup>22</sup>.

Řadí se mezi obchodní společnosti osobní. Právní úprava ČR rozlišuje dva typy osobních společností, tím jsou veřejně obchodní společnost a komanditní společnost<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Zákon č. 90/2012 Sb., obchodních společnostech a družstvech

<sup>23</sup> STOKES, David. *Small Business Management: An Active-Learning Approach*. 1995.

#### **2.6.4 Komanditní společnost (k.s.)**

Je to společnost, v níž jeden nebo více společníků ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu celým svým majetkem (komplementáři)<sup>24</sup>.

#### **2.7 Státní podnik**

Právnícká osoba provozující podnikatelskou činnost s majetkem státu vlastním jménem a na vlastní odpovědnost<sup>25</sup>.

#### **2.8 Zdroje a možnosti financování podniku**

Kapitál je neodmyslitelnou položkou pro začínající firmu nebo její další rozvoj. Existují dvě kategorie, které rozdělují finanční zdroje na vlastní a cizí<sup>26</sup>.

Vlastními zdroji jsou myšleny vklady vlastníků, zisk, odpisy hmotného a nehmotného majetku a popřípadě prodej aktiv. Mezi cizí zdroje financování pak řadíme úvěry nebo půjčky. Existují i další možnosti financování, za zmínku stojí především leasing a tichý společník<sup>26</sup>.

Finanční zdroje můžeme také rozdělit dle časového hlediska na krátkodobé a dlouhodobé. Na základě plánování bychom měli dohlédnout na to, aby dlouhodobé zdroje financovaly dlouhodobý majetek a oběžný ze zdrojů krátkodobých. Jde tedy o sladění životnosti majetku se zdrojem financování. Vlastní zdroje řadíme mezi dlouhodobé a cizí zdroje jsou dlouhodobé za předpokladu, že jejich splatnost je delší než jeden rok. Splacnost menší, než jeden rok nám tyto zdroje řadí mezi krátkodobé<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> Zákon č. 90/2012 Sb., obchodních společnostech a družstvech

<sup>25</sup> Zákon č. 77/1997 Sb., o státním podniku

<sup>26</sup> SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 2011

### 2.8.1 Interní zdroje financování podniku

K interním zdrojům financování se řadí zisk, odpisy, nerozdělený zisk z minulých let nebo také dlouhodobé finanční rezervy. Tohle financování se též označuje jako samofinancování. Tato forma financování má výhody, spočívající v tom, že:

- Nenavyšuje počet vlastníků (věřitelů),
- U akciových společností nevyvolává náklady na emisi cenných papírů,
- Snižuje finanční riziko podniku<sup>27</sup>.

Zdroje vytvořené samofinancováním je tak možné použít i na financování rizikovějších projektů. Nevýhodou samofinancování jsou vyšší náklady kapitálu u nerozděleného zisku než u cizích zdrojů financování. Někteří autoři uvádějí jako nevýhodu menší tlak na maximální efektivnost podnikání, nebezpečí stagnace výrobní struktury a podobně<sup>27</sup>.

#### Zisk

Tvoří velmi důležitou část interních zdrojů financování. Zisk po zdanění, který není použit na výplatu podílů na zisku či na tvorbu fondů ze zisku zůstává v podniku a je možno ho použít na financování potřeb podniku<sup>28</sup>.

Je třeba ho chápat nejen jako nejdůležitější ze syntetických ukazatelů úspěšnosti podnikání, ale i jako důležitý zdroj financování podniku<sup>28</sup>.

Plní důležité funkce:

- je jedním ze základních motivů podnikání a může být základem hmotné zainteresovanosti pracovníků (motivační funkce),
- je hlavním zdrojem akumulace kapitálu pro další rozvoj podniku (rozvojová funkce),
- je základem rozdělování důchodů mezi vlastníky/dividendy, investory/úroky a stát/daně (rozdělovací funkce),

---

<sup>27</sup> ZINECKER, Marek. *Finanční řízení podniku*. 2006, s. 64-67

<sup>28</sup> KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO. *Založení a řízení podniků: pro obor Podnikové finance a obchod: studijní text pro kombinované studium*. 2003.

- je kritériem pro rozhodování o základních otázkách ekonomiky podniku – o objemu výroby, o nových výrobcích, o investicích (kritériální funkce)<sup>29</sup>.

Výši zisku ovlivňují všechny ukazatele, které působí na náklady a na výnosy podniku<sup>29</sup>.

Výkaz zisku a ztrát je součástí roční účetní závěrky. Výsledky hospodářské činnosti podniku se hodnotí každý rok, v procesu se schvaluje roční účetní závěrka a rozdělení účetního výsledku hospodaření<sup>29</sup>.

V rozvaze je nerozdělený zisk uváděn jako součást vlastního kapitálu podniku. Nerozdělený zisk běžného roku se liší od nerozděleného zisku minulých let<sup>29</sup>.

Zisk se stává důležitou součástí poměrových ukazatelů, zejména ukazatelů rentability celkového kapitálu (ROA), rentability vlastního kapitálu (ROE) a umožňuje tedy vyjadřovat zhodnocení kapitálu<sup>29</sup>.

Tržby jsou hlavní složkou výnosů většiny podniků a mají největší podíl na zisku. Jsou to peněžní částky, které podnik získal prodejem výrobků, zboží a poskytováním služeb v daném účetním období. Jsou rozhodujícím finančním zdrojem podniku, který slouží k úhradě jeho nákladů a daní, k výplatě dividend a jeho rozšířené reprodukci<sup>30</sup>.

## Odpisy

Odpisy dlouhodobého majetku nepředstavují pro podnik nově vytvořené zdroje financování, ale jsou peněžním vyjádřením opotřebování dlouhodobého majetku v průběhu příslušného období, za které se zúčtovávají do nákladů, které jsou plně daňově uznatelné. Na náklady vzniklé z titulu odpisů však není potřeba vynaložit žádný peněžní výdaj, čímž se odpisy stávají zanedbatelným interním zdrojem financování<sup>31</sup>.

Na druhé straně jsou významným (často jediným) zdrojem interního financování, který se vyznačuje značnou mírou stability. Hodnotu odpisů získává podnik inkasem tržeb, tj. v cenách prodané produkce – jedná se tedy o součást peněžních příjmů. Vedení podniku

---

<sup>29</sup> ZINECKER, Marek. *Finanční řízení podniku*. 2006.

<sup>30</sup> MELUZÍN, Tomáš a Václav MELUZÍN. *Základy ekonomiky podniku*. 2007.

<sup>31</sup> KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALSKO. *Založení a řízení podniků: pro obor Podnikové finance a obchod: studijní text pro kombinované studium*. 2003

následně rozhoduje, zda vytvořené zdroje využije na financování provozních potřeb, splátky dluhu nebo k financování dlouhodobého rozvoje<sup>32</sup>.

Postupné snižování vstupní ceny dlouhodobého majetku a současně jeho schopnost efektivně působit po celou dobu životnosti způsobuje, že podnik uvolněné odpisy potřebuje až po uplynutí doby životnosti majetku na jeho obnovu. To prakticky znamená, že po určitou dobu je možné s odpisy volně disponovat<sup>32</sup>.

## 2.8.2 Externí zdroje financování podniku

Externí zdroje financování podniku jsou zdroje získané mimo vnitřní činnost podniku. Jsou to tedy zdroje přicházející zvenčí. Nejčastějšími externími zdroji mohou být:

- vklady vlastníků,
- emise obligací,
- dlouhodobé a střednědobé úvěry,
- zvláštní formy financování (leasing, faktoring a forfaiting),
- rizikový kapitál,
- dotace<sup>33</sup>.

Tab. 1: Zdroje financování investičního projektu (dle<sup>34</sup>)

Původ zdrojů	Vlastnictví zdrojů		
		<i>vlastní</i>	<i>cizí</i>
	<i>interní</i>	zisk	podniková banka
	odpisy	rezervy na důchod	
<i>externí</i>	vklady vlastníků	úvěry finančních institucí	
	dotace a dary	dluhopisy	
	rizikový kapitál	finanční leasing	
		obchodní úvěry	
		ostatní závazky	

<sup>32</sup> KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO. *Založení a řízení podniků: pro obor Podnikové finance a obchod: studijní text pro kombinované studium*. 2003

<sup>33</sup> VALACH, Josef. *Finanční řízení podniku*. 1997

<sup>34</sup> KISLINGEROVÁ, Eva. *Manažerské finance*. 2004, s.286

## Vklady vlastníků

Základní kapitál spadá do kategorie externích vlastních zdrojů financování, přičemž dostatečná vybavenost podniku základním kapitálem je považována za podmínku nutnou pro přístup ke kapitálu cizímu. Znaky základního kapitálu jsou následující:

- poskytovatel základního kapitálu je spoluvlastníkem podniku,
- poskytovatel základního kapitálu má nárok podílet se na výsledku hospodaření, přičemž hodnota nároku je závislá na velikosti spoluvlastnického podílu (předpoklad kladného výsledku hospodaření),
- poskytovatel má právo podílet se na řízení společnosti,
- základní kapitál je podniku ze strany vlastníků poskytnut trvale,
- v případě osobních společností ručí společníci za závazky celým svým majetkem, ale u kapitálových ručí pouze do výše svého spoluvlastnického podílu,
- oproti úrokům z úvěru nejsou podíly na zisku daňově uznatelným výdajem<sup>35</sup>.

Na základním kapitálu se mohou podílet jak stávající, tak i noví vlastníci. Každá změna ve výši základního kapitálu má ovšem vliv na velikost spoluvlastnických podílů<sup>35</sup>.

## Emise obligací

Získávání základního kapitálu upisováním akcií je spojeno zejména s rozhodováním mezi soukromou a veřejnou emisí<sup>35</sup>.

Soukromá emise představuje přímý prodej akcií předem vymezenému počtu právnických nebo fyzických osob. Tento způsob získávání základního kapitálu je typický pro akciové společnosti s nízkým počtem akcionářů. Na organizovaných veřejných trzích nejsou akcie těchto společností obchodovatelné<sup>35</sup>.

Veřejná emise akcií je naproti tomu spojena s veřejnou nabídkou neomezenému okruhu předem neurčených osob s cílem získat tak požadovaný objem kapitálu prostřednictvím primárního trhu cenných papírů<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> ZINECKER, Marek. *Základy financí podniku*. 2008

V tomto kontextu se rozlišuje prvotní emise akcií podnikem, který nebyl doposud obchodován a navyšování základního kapitálu prostřednictvím veřejné emise<sup>36</sup>.

### **Bankovní úvěry**

Zdaleka nejčastěji slouží podnikatelům jako poskytovatelé kapitálu komerční banky. Poskytnutý kapitál je ve formě úvěru a jako takový vyžaduje hmotnou garanci nebo záruku – nějaké hmotné aktivum. Jako záruka může sloužit obchodní majetek podniku (například pozemek nebo budova), ale i osobní majetek vlastníků (dům, auto nebo pozemek) nebo aktiva ručitele, který ručí za splacení úvěru<sup>37</sup>.

Pokud se podnik rozhodne využít tohoto zdroje financování svých aktiv, musí mít představu o tom, co všechno je potřeba učinit pro to, aby úvěr od banky získal. Banky postupují v tomto směru velmi obezřetně a mají zavedené určité postupy, kterými hodnotí solventnost žadatele o úvěr, tj. jeho schopnost poskytnutý úvěr splácet. Podnikatelský záměr je obvykle základní dokument, na jehož základě podnikatel hodlá přesvědčit banku o realizovatelnosti jeho myšlenek a tím pádem jeho schopnosti splácet bankou poskytnutý úvěr<sup>37</sup>.

Banky kladou důraz hlavně na:

- současnou pozici podniku,
- výrobky a služby, které se budou prodávat,
- důvody, proč zákazník toto zboží nebo služby potřebuje,
- cíle, zaměření podniku a následná strategie pro jejich dosažení,
- přehled odhadů tržeb,
- kolik finančních prostředků bude potřeba a jakým způsobem budou vynaloženy<sup>37</sup>.

### **Leasing**

Leasing neboli pronájem je jedna z forem financování, která se v poslední době stále více rozšiřuje i v České republice. Je využíván zejména z důvodu úspory hotovosti a možnosti daňových úspor. Leasingem tedy můžeme rozumět dohodu, která přenáší na nájemce

---

<sup>36</sup> ZINECKER, Marek. *Základy financí podniku*. 2008

<sup>37</sup> KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO. *Založení a řízení podniků: pro obor Podnikové finance a obchod: studijní text pro kombinované studium*. 2003

právo užívat určitý po předem dohodnutou dobu za určitou finanční úhradu (nájemné). Rozlišujeme dva nejdůležitější druhy leasingu<sup>38</sup>.

Operativní leasing je definován jako krátkodobý nebo střednědobý zrušitelný pronájem, po jehož ukončení vrací uživatel majetek zpět pronajímateli. Operativní leasing se využívá k pronájmu věcí, které potřebuje uživatel na podstatně kratší dobu, než je doba životnosti tohoto zařízení (např. jeden měsíc)<sup>38</sup>.

Pronajímatel zajišťuje v době pronájmu údržbu a opravy předmětu leasingu na vlastní náklady s výjimkou údržby a oprav spojených s běžným užíváním. Pronajímatel nese také riziko škody na předmětu leasingu, pronajímatel také většinou hradí pojištění předmětu leasingu (zpravidla mimo pojištění škod způsobených provozem)<sup>38</sup>.

Finanční leasing je definován jako dlouhodobý, nezrušitelný pronájem, po jehož ukončení přechází vlastnické právo na předmět leasingu za symbolickou hodnotu do rukou nájemce (uživatele). Finanční leasing je obvykle využíván pro nákup majetku, který bude nájemce využívat delší dobu, například výrobní linka. O údržbu a opravy majetku se stará nájemce na vlastní náklady. Pokud se s pronajímatelem nedohodne jinak<sup>38</sup>.

Přímý pronájem spočívá v tom, že podnik sám vyhledá výrobce nějakého výrobku. Potom se dohodne s nějakou leasingovou společností, která výrobek koupí na své náklady a poté ho pronajme dané firmě<sup>38</sup>.

Finanční leasing má velké množství výhod. Šetří hotovost, protože podnik se vyhne velkým výdajům hned na začátku, kdy má obvykle největší problémy s finančními zdroji. Funguje také jako nástroj, který zamaskuje skutečnou zadluženost, protože nemusí být dle naší právní úpravy zachycen v účetních výkazech, což může opticky snížit zadluženost podniku<sup>38</sup>.

Příznivě také ovlivňuje zisk a rentabilitu. Tím, že se neobjevuje v účetních výkazech, nepoužívá se při výpočtu zisku ani rentability. Rychlejší odepisování majetku, než v případě jiným pořízení dává možnost daňové úspory. Leasingové splátky se zahrnují do daňově uznatelných nákladů za předpokladu, že leasingová smlouva je uzavřena na dobu

---

<sup>38</sup> KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALSKO. *Založení a řízení podniků: pro obor Podnikové finance a obchod: studijní text pro kombinované studium*. 2003

delší než 20 % zákonem stanovené doby odepisování, minimálně na tři roky, u nemovitostí na osm let a cena, kterou bychom získali rovnoměrným odepisováním najaté věci dle zákona<sup>39</sup>.

Nevýhodou finančního leasingu může být cena. V případě pořízení určitého majetku formou finančního pronájmu musíme za majetek zaplatit pořizovací cenu majetku navýšenou o určitou marži. Tuto marži zachycuje tzv. koeficient navýšení. Koeficient je roven rozdílu mezi tím, co nájemce skutečně zaplatí a pořizovací cenou pronajímatele předmětu. Další nevýhodou je také to, že nájemce není majitelem předmětu pronájmu. Nájemce má pouze právo danou věc užívat v souladu s nájemní smlouvou<sup>39</sup>.

## **Dotace**

Jsou to nenávratné zdroje financování. Jedná se o jeden z nástrojů hospodářské politiky státu, neboť jsou zpravidla určeny k podpoře vybraných společensky prospěšných programů. Formy a způsoby poskytování dotací mohou být různé, v zásadě se člení na přímé a nepřímé<sup>40</sup>.

Přímé dotace znamenají přísun peněžních prostředků do podniku. Jsou to např.:

- cenové intervence (příplatky), které zvyšují tržby podniku,
- exportní prémie, vyrovnávající vývozcům rozdíl mezi cenou na světových trzích a na trhu domácím,
- investiční dotace, která podporuje aktivitu investorů,
- neinvestiční dotace, která je přesně účelově stanovená<sup>40</sup>.

Nepřímé dotace znamenají snížení podnikových výdajů. Mohou mít podobu např.:

- daňových úlev,
- bezúročných půjček nebo půjček se sníženou úrokovou sazbou,
- státních záruk za úvěry poskytovaných podnikům,
- bezplatné poradenství a poskytování informací<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO. *Založení a řízení podniků: pro obor Podnikové finance a obchod: studijní text pro kombinované studium*. 2003

<sup>40</sup> ZINECKER, Marek. *Finanční řízení podniku*. 2006

## 2.9 Marketingový plán

Marketing a lidské zdroje jsou podle Evropských společností nejdůležitější prvky, a proto se rozhodli vytvořit trvalé aliance mezi sebou pro zlepšení<sup>41</sup>.

Podle Catenon Worldwide Executive Search, evropské executive search společnosti, globální ekonomika je o změně vztahu mezi společnostmi a kandidáty: jsou to firmy, které jsou dobře rozjeté a splňují vše podle svého obchodního plánu s cílem přilákat ty nejlepší lidi. Tato změna je hlavně kvůli třem novým klíčovým faktorům v ekonomice. Tím jsou skoro plná zaměstnanost, rostoucí schopná konkurence a zdokonalování přístupu informací díky<sup>41</sup>.

To znamená, že dnešní společnosti přestaly stagnovat ve svých výrobcích a službách. Jelikož je těžší přilákat nové lidi a zaměstnance, je o to důležitější se marketingu firmy věnovat už od začátku<sup>41</sup>.

Tento plán je ve své podstatě strategickým plánem podniku nastiňující způsob, kterým se podnik hodlá prosadit na trhu oproti konkurenci. Plán se může lišit pro období vstupu podniku či produktu na trh a pro období, kdy je podnik plně etablovaný na trhu<sup>42</sup>.

Pro naplnění obou variant se využívají marketingové nástroje, které jsou definované v rámci marketingového mixu 4P:

- produkt – charakteristika daného produktu (vlastnosti, značka, služby),
- price (cena) – cenová politika,
- place (místo) – distribuční cesty,
- promotion (propagace) – marketingová komunikace<sup>43</sup>.

V rozšířeném pojetí marketingového mixu vedle klasických 4P je třeba se zaměřit i na další „P“. Potom vzniká ještě 5P (people) a 7P (processes, physical evidence)<sup>43</sup>.

---

<sup>41</sup> Marketing and Human Resources Join Forces. *PR Newswire Europe Including UK Disclose* [online]. 2006

<sup>42</sup> KOTLER, Philip. *Marketing management*. 2001

<sup>43</sup> KAŇOVSKÁ, Lucie a David SCHÜLLER. *Základy marketingu: studijní text pro bakalářské obory*. 2015

Dalším pojetím marketingu je tzv. model čtyř C, který pohlíží na marketingový mix z pohledu zákazníka, a ne očima prodávajícího:

- řešení potřeb zákazníka (customer solution),
- náklady, které zákazníkovi vznikají (customer cost),
- dostupnost řešení, pohodlí (convenience),
- komunikace (communication)<sup>44</sup>.

## 2.10 Marketingový mix

Je to soubor různých marketingových nástrojů, které podnik využívá k tomu, aby dosáhl svých marketingových cílů na cílovém trhu<sup>45</sup>.

V klasickém marketingovém pojetí jde o to, aby se základní proměnné (produkt, cena, propagace a místo) „namixovali“ tak, aby společnost dosáhla svých cílů na jednotlivých trzích. Takto postavený marketingový model dobře fungoval v klasickém tržním prostředí a nadále ho lze úspěšně používat v drobném podnikání<sup>45</sup>.

### 2.10.1 Produkt

*„Produkt je cokoliv hmotného či nehmotného, co prostřednictvím procesu směny uspokojí potřeby spotřebitele nebo firemního zákazníka.“<sup>46</sup>*

Produkt je cokoliv, co může být poskytováno na trhu k uspokojení potřeb nebo přání. Je jádrem obchodní činnosti podniku a ovlivňuje z velké části i ostatní složky marketingového mixu. Zahrnuje materiální zboží, služby, zkušenosti, události, osoby, místa, vlastnosti, organizace, informace a myšlenky. Lze ho také doplňovat různými komplementy a přídavnými zařízeními<sup>47</sup>.

---

<sup>44</sup> KAŇOVSKÁ, Lucie a David SCHÜLLER. *Základy marketingu: studijní text pro bakalářské obory*. 2015

<sup>45</sup> CHLEBOVSKÝ, Vít. *Marketing pro B-2-B trhy*. 2010

<sup>46</sup> SOLOMON, Michael R., Greg W. MARSHALL a Elnora W. STUART. *Marketing očima světových manažerů*. 2006, s. 225

<sup>47</sup> KOTLER, Philip. *Marketing management*. 2001

Produkty můžeme rozdělit do dvou hlavních kategorií podle způsobu jejich spotřeby. Zákazník je může nakupovat buď pro svoji vlastní potřebu (konečný spotřebitel) nebo za účelem dalšího zpracování, prodeje nebo pro zajištění svých podnikatelských aktivit<sup>48</sup>.

Podle zjištění v 70. letech zákazníci nekupují produkty, ale užitek. Zákazníky nezajímají tolik fyzikální, chemické, mechanické a vzhledové vlastnosti produktu, nýbrž jeho funkce, a hlavně také řešení jejich problémů. Produkt má čtyři úrovně pro uspokojení zákazníka<sup>48</sup>.

Z hlediska moderního pojetí vztahového marketingu je důležitá individualizace nabídky pro potřeby každého zákazníka a individualizace komunikace mezi společností-dodavatelem a zákazníkem<sup>49</sup>.

Základní úroveň tvoří jen základní funkce, odpovídá na primární otázku zákazníka, která je, co chce koupit<sup>48</sup>.

Formální produkt je vyjádřený zvláště technickými parametry uvedenými obvykle v technických podmínkách produktu. Svým rozsahem bývá formální výrobek předmětem nabídky<sup>48</sup>.

Další úroveň je rozšířený produkt. Je to způsob, jak bude produkt prodáván a zvláště pak, jak bude využíván. U jednotlivých produktů některé faktory třetí vrstvy často chybějí. Občas je do této vrstvy zahrnována i šířka a hloubka sortimentu<sup>48</sup>.

Poslední úroveň je úplný produkt, která dotváří celý produkt zahrnutím jeho značky, resp. Značky výrobce a image. Až spojením všech čtyř úrovní vzniká plnohodnotný výrobek, který je schopen konkurenčního boje<sup>48</sup>.

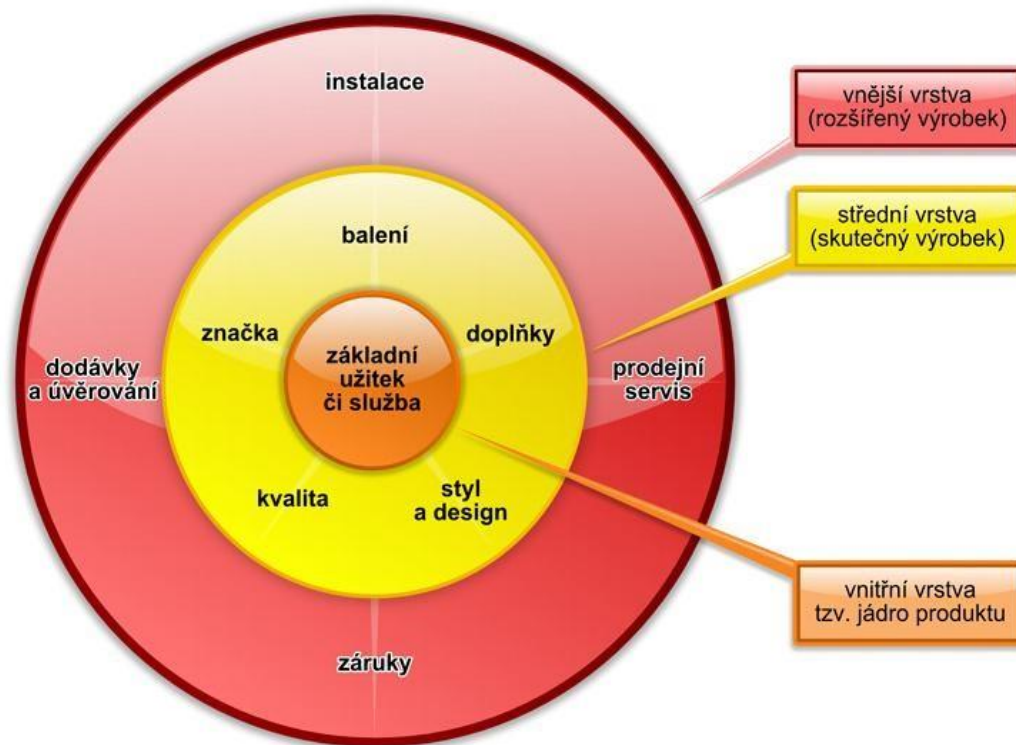
Některé velmi úspěšné podniky poskytují ke svému produktu ještě něco navíc. Produkt je má nejen uspokojit, ale má je i překvapit a nadchnout. Nadšení je právě to, co překoná všechny očekávání a přání a přináší neočekávaný užitek<sup>50</sup>.

---

<sup>48</sup> KAŇOVSKÁ, Lucie a David SCHÜLLER. *Základy marketingu: studijní text pro bakalářské obory*. 2015

<sup>49</sup> CHLEBOVSKÝ, Vít. *Marketing pro B-2-B trhy*. 2010

<sup>50</sup> KOTLER, Philip. *Marketing management*. 2001



Obr. 1: Produkt (dle<sup>51</sup>)

### 2.10.2 Cena

Cena je jediným prvkem marketingového mixu, který vytváří příjmy pro podnik. Je rovněž důležitá pro zákazníky, protože určuje množství peněžních prostředků, jichž se musí zříci. Cena nemusí být vždy vyjádřena v peněžité formě. Stává se taky jedním z prvků konkurenčního boje<sup>52</sup>.

Rozhodování o cenové strategii podniku vychází jak ze znalosti obecných faktorů působících na ceny, z poznatků o hospodářském a politickém vývoji, tak ze znalosti odbytového trhu, chování spotřebitelů, analýzy konkurence a dalších proměnných. Úspěšné podniky nepoužívají jednu cenovou strategii<sup>52</sup>.

<sup>51</sup> KAŇOVSKÁ, Lucie a David SCHÜLLER. *Základy marketingu: studijní text pro bakalářské obory*. 2015, s. 43

<sup>52</sup> KAŇOVSKÁ, Lucie. *Základy marketingu*. 2009

Řízení cen je nejrychlejší a nejefektivnější způsob pro dosažení maximálního zisku. Na druhou stranu díky mnoha vzbám na vnější okolí i vnitřní prostředí podniku celou cenovou problematiku dost komplikuje<sup>53</sup>.

### **2.10.3 Místo**

Mezi hlavní úkoly distribuce bezpochyby patří prodej produktu, včetně zajištění odpovídajících služeb pro produkt a komunikace o produktu. Distribuční strategie vychází z obecné podnikatelské strategie a hledá spojení mezi výrobcem a zákazníkem<sup>53</sup>.

Jedná se o procesy fyzického přemístění (přeprava, skladování, řízení zásob), dále o změny vlastnických vztahů a další podpůrné činnosti (sběr marketingových informací, pojištění, úvěrování)<sup>53</sup>.

Distribuční síť je tvořena třemi skupinami a to výrobci, distributory a dalšími podniky, které se podílejí na výkonu<sup>53</sup>.

### **2.10.4 Propagace**

Nebo taky marketingová komunikace spočívá ve veškeré relativní komunikaci s trhem. Jejím cílem je vyvolat a udržet zájem zákazníků o podnik a o jeho nabídku produktů. Musí také přimět zákazníky k jednání způsobem, který je pro podnik žádoucí (stát se loajální). Důležité, krom komunikace se zákazníky, je také působit na podstatné okolí podniku a na zaměstnance samotné<sup>53</sup>.

## **2.11 SWOT analýza**

Při posuzování interních firemních faktorů nás především zajímají firemní silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Takto koncipovaná analýza je označována jako SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats). V tomto pojetí jsou příležitosti a hrozby pojímány ve vztahu k firmou oslovenému trhu, ne interně ve firmě. Jde tedy o obchodní firemní příležitosti a vnější hrozby, které mohou firemní úspěch ovlivnit<sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup> KAŇOVSKÁ, Lucie. *Základy marketingu*. 2009

<sup>54</sup> CHLEBOVSKÝ, Vít. *Marketing pro B-2-B trhy*. 2010

## 2.12 SLEPT analýza

Tato analýza slouží k analýze vnějších faktorů prostředí společnosti vyrábějící hliníkové přístřešky a regály. Tyto faktory jsou – sociální, ekonomické, technologické, politické a legislativní. Takovéto faktory jsou pro všechny na tomto trhu stejné a jejich působení se nedá ovlivnit<sup>55</sup>.

## 2.13 Analýza rizik

Prvním krokem procesu snižování rizik je přirozeně jejich analýza. Analýza rizik je obvykle chápána jako proces definování hrozeb, pravděpodobnosti jejich uskutečnění a dopadu na aktiva, tedy stanovení rizik a jejich závažnosti. Navazující činností je řízení rizik<sup>56</sup>.

Analýza rizik zpravidla zahrnuje:

- identifikací aktiv, což je vymezení posuzovaného subjektu a popis aktiv, které vlastní,
- stanovení hodnoty aktiv,
- identifikací hrozeb a slabin,
- stanovení závažnosti hrozeb a míry zranitelnosti<sup>56</sup>.

Kvalitní řešení jakéhokoliv problému v jakékoliv oblasti je vždy postaveno na kvalitní analýze rizik, která je základním vstupem pro řízení rizik<sup>56</sup>.

Hodnocení rizik představuje neustálé zvažování:

- poškození aktivit, která mohou být způsobena naplněním hrozeb, přičemž je nutno vzít v úvahu veškeré potencionální důsledky,
- reálné pravděpodobnosti výskytu takových rizik z pohledu převažujících hrozeb, zranitelnosti a aktuálně implementovaných opatření<sup>56</sup>.

Výsledky hodnocení rizik pomohou určit odpovídající kroky vedení organizace pro zvládnutí těchto rizik realizací opatření určených pro zamezení jejich opětovného

---

<sup>55</sup> CHLEBOVSKÝ, Vít. *Marketing pro B-2-B trhy*. 2010

<sup>56</sup> SMEJKAL, Vladimír a Karel RAIS. *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. 2013

výskytu. Je možné, že proces hodnocení rizik a stanovení opatření bude potřeba opakovat. Je třeba si stanovit úroveň rizik, která chceme eliminovat, protože chtít odstranit všechna najednou by mohlo vézt k velkým nákladům, což by mohlo ovlivnit funkčnost daného subjektu<sup>57</sup>.

Z tohoto důvodu posuzujeme otázky zbytkových rizik, které se snažíme vymežit na základě jejich posouzení ve vztahu k hrozbám, úrovni zranitelnosti a navrhovaných protipatření. Na základě toho pak vybíráme konkrétní metodu analýzy rizik<sup>57</sup>.

## 2.14 Metody investic

Podstatné pro rozlišování investic je především hledisko časové a pak formální podstata instrumentu. Z časového hlediska máme krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé investice, navíc existují důležité instrumenty bez časového určení, to jsou hlavně akcie<sup>58</sup>.

Investice můžeme také rozdělit do dvou skupin, a to reálné a finanční. Ty obsahují různé podskupiny<sup>57</sup>.

Mezi investice reálné patří:

- přímé podnikání,
- nemovitosti,
- movitosti (drahé kovy, sbírky, umělecké předměty)<sup>57</sup>.

Mezi investice finanční patří:

- peněžní vklady,
- depozitní certifikáty (vkladové listy),
- akcie,
- dluhopisy,
- opce,
- jiné cenné papíry (podílové listy),
- pojistky,
- renty,

---

<sup>57</sup> SMEJKAL, Vladimír a Karel RAIS. *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. 2013

<sup>58</sup> SMRČKA, Luboš. *Rodinné finance: ekonomická krize a krach optimismu*. 2010

- finanční spoluúčast na podnikání (tiché společenství, majetková účast)<sup>59</sup>.

Pro rozhodování o investicích je charakteristické to, že jde o dlouhodobé rozhodování, při kterém je nezbytné vzít v úvahu faktor času a riziko změn po dobu přípravy a realizace projektu<sup>59</sup>.

Finanční výsledky investice, jinými slovy budoucí příjmy či výnosy se hodnotí pomocí celé řady různých metod. Je důležité zdůraznit, že výsledky těchto metod jsou založené na plánu. Pokud ovšem takový plán není reálný, dostaneme jen přesně spočítaný nesmysl. Je proto důležité věnovat pozornost také tomu, jaké hodnoty plánů do finančních výpočtů vstupují. Důležité je proto znát cílový trh, konkurenci a tržní potenciál, aby vůbec bylo možné určit, jestli jsou plánované výnosy vůbec reálné<sup>60</sup>.

Pokud máme správně stanovený finanční plán, můžeme využít některou ze statických nebo dynamických metod<sup>60</sup>.

Statické metody hodnocení investic jsou zaměřeny především na sledování peněžních přínosů či poměřování s počátečními výdaji. Nezahrnují faktor rizika, čas berou v úvahu pouze v omezené míře. Patří mezi ně např. průměrná doba návratnosti nebo průměrný roční výnos<sup>60</sup>.

Dynamické metody zohledňují faktor času a riziko, základem je diskontování vstupních parametrů. Patří mezi ně např. čistá současná hodnota nebo vnitřní výnosové procento nebo index ziskovosti<sup>60</sup>.

---

<sup>59</sup> SMEJKAL, Vladimír a Karel RAIS. *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. 2013

<sup>60</sup> Techniky hodnocení investic. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/techniky-hodnoceni-investic>.

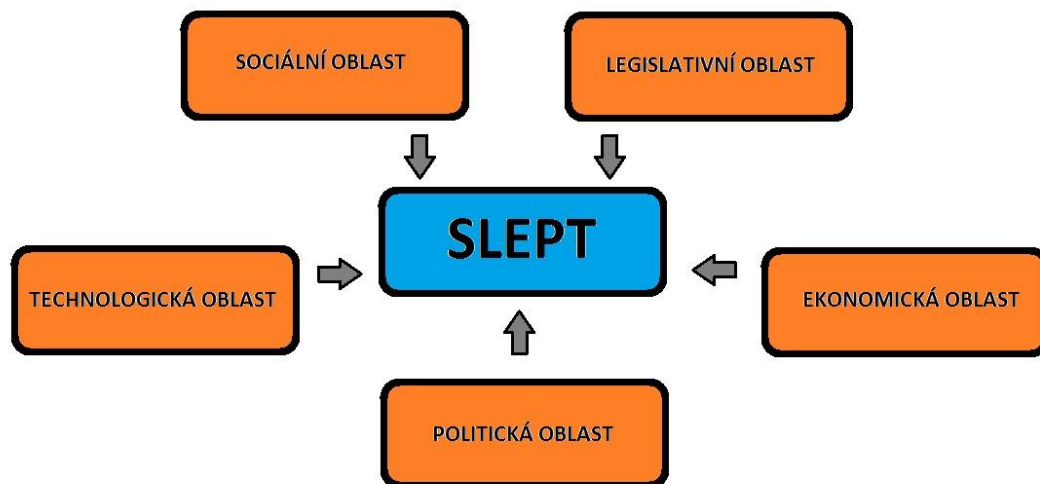
### 3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

Podnikatelský záměr pojednává o založení společnosti s ručením omezeným, která se bude primárně zabývat výrobou přístřešků pro parkování osobních automobilů, pro uskladnění palivového dřeva, regálových systémů a podobně, kdy tyto budou vyrobeny z hliníkových slitin. Nyní je projekt ve fázi plánování, kdy se pracuje na založení společnosti s ručením omezeným, mapuje se trh a zajišťují se veškeré podmínky pro realizaci.

Analýzu současného stavu budu zkoumat následujícími způsoby:

- SLEPT analýza,
- SWOT analýza,
- Porterův model pěti konkurenčních sil,
- Marketingový průzkum potencionálního trhu.

#### 3.1 SLEPT analýza



Obr. 2: SLEPT analýza (Vlastní zpracování)

Při vypracování SLEPT analýzy pro danou společnost, jsem se zaměřil na trh se zastřešující, stínící a skladovací technikou a volil jsem faktory, které tento trh a subjekty na něm ovlivňují.

### 3.1.1 Sociální faktory

Vzhledem k zaměření společnosti zejména na výrobu přístřešků pro automobily a palivové dřevo, musím se zaměřit zejména na obyvatele, kteří obývají rodinné domy, potažmo vlastní rekreační objekty, jako jsou chaty, chalupy a podobně, kde lze takovéto výrobky umístit. Společnost Přístřešky-regály, s.r.o., chce své výrobky nabízet na trhu po celé České republice, proto se zaměřím na území celé republiky, nikoli na Zlínský kraj, ve kterém bude společnost sídlit.

### Demografické faktory

Česká republika měla v roce 2016 celkem 10 553 800 obyvatel<sup>61</sup>.

Dle Ministerstva pro místní rozvoj (dále jen MMR) je v České republice celkem 4 756 572 bytů. Z toho obydlených bytů je 4 104 635. Z těchto obydlených bytů je 43,7 % v rodinných domech. Počet samostatně stojících rodinných domů je 1 345 294<sup>62</sup>.

Tab. 2: Výpočet potencionálních zákazníků v ČR (Vlastní zpracování)

Počet obyvatel	10 553 800
Počet bytů	4 756 572
Počet obydlených bytů	4 104 635
Počet v rodinných domech	1 793 726
Počet samostatných rodinných domů	1 345 294

Z výše uvedeného vyplývá, že společnost Přístřešky-regály, s.r.o., má na českém trhu asi 1 345 294 potencionálních zákazníků<sup>62</sup>.

<sup>61</sup> Obyvatel České republiky přibylo. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/obyvatel-ceske-republiky-pribylo>.

<sup>62</sup> Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/getmedia/3fda1c6e-643f-45f3-9b1a-032d5dae9b7d/Bydleni-v-CR-v-cislech-\(zari-2015\).pdf](https://www.mmr.cz/getmedia/3fda1c6e-643f-45f3-9b1a-032d5dae9b7d/Bydleni-v-CR-v-cislech-(zari-2015).pdf).

## **Kulturní faktory**

V dnešní době se lidé čím dál častěji stěhují do rodinných domů za přírodou a klidem. Vzniká mnoho tzv. satelitních městeček a rozšiřují se vesnice, které jsou v blízkosti větších i menších měst. Je tedy pravděpodobné, že potencionálních zákazníků pro společnost Přístřešky-regály, s.r.o., bude dostatek a tito budou i nadále přibývat.

### **3.1.2 Ekonomické faktory**

#### **Makroekonomické charakteristiky**

Nejlepší ekonomika a ekonomické prostředí je v České republice přirozeně v Jihomoravském a Středočeském kraji. V obou případech toto prostředí ovlivňují dvě největší města – Brno a Praha. K nejhroším ekonomickým prostředím patří Vysočina, Zlínský kraj a Pardubický kraj. Toto vyplynulo z analýzy regionálních rozdílů, kterou zpracoval Český statistický úřad. Týkala se všech regionů České republiky. Pro hodnocení postavení jednotlivých krajů a správních obvodů posuzovali statistici zejména intenzitu podnikatelské aktivity, daňové příjmy obcí na obyvatele, produktivitu práce v průmyslu i ukazatele z oblasti zaměstnanosti, zemědělství, stavebnictví a také cestovního ruchu<sup>63</sup>.

Společnost Přístřešky-regály, s.r.o., bude mít sídlo ve Vsetíně, což je Zlínský kraj. V obchodním prostředí je známo, že tento kraj patří k těm ekonomicky nejslabším, což potvrzuje i výše zmíněná analýza. Proto již od počátku podnikání bude zaměření společnosti Přístřešky-regály, s.r.o., na celou Českou republiku, nikoli pouze na Zlínský kraj. Výroba bude probíhat v sídle společnosti – ve Vsetíně, montážní skupina pak výrobky odveze na místo určení, kde je sestaví a předá budoucímu majiteli.

#### **Daňové zatížení**

Z tabulky č. 3 je patrný vývoj sazeb daně v České republice od roku 2012 do roku 2017. Znázornuji zde výši sazby daně z příjmů jak právnických osob (PO), tak fyzických osob (FO).

---

<sup>63</sup> Kde je v Česku nejlepší ekonomické prostředí. Dostupné z: [http://www.komora.cz/hk-cr/hlavni-zpravy/art\\_23678/kde-je-v-cesku-nejlepsi-ekonomicke-prostredi.aspx](http://www.komora.cz/hk-cr/hlavni-zpravy/art_23678/kde-je-v-cesku-nejlepsi-ekonomicke-prostredi.aspx).

Tab. 3: Vývoj sazeb daně (Vlastní zpracování dle<sup>64</sup>)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Daň z příjmu PO</b>	19 %	19 %	19 %	19 %	19 %	19 %
<b>Daň z příjmu FO</b>	15 %	15 %	15 %	15 %	15 %	15 %

Při pohledu na tabulku vidíme, že se ve sledovaném období výše daní z příjmů jak právnických osob, tak fyzických osob nezměnila.

Z tabulky č. 4 je patrný vývoj sazeb DPH od roku 2012 do roku 2017. V roce 2015 byla zavedena dvojitá snížená sazba DPH.

Tab. 4: Vývoj sazeb DPH (Vlastní zpracování dle<sup>65</sup>)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>DPH základní sazba</b>	20 %	21 %	21 %	21 %	21 %	21 %
<b>DPH snížená sazba</b>	14 %	15 %	15 %	1. 15 % 2. 10 %	1. 15 % 2. 10 %	1. 15 % 2. 10 %

V tabulce vidíme, že v roce 2012 byla základní sazba DPH 20 %, následně v roce 2013 se zvýšila na 21 % a na této hodnotě přetrvávala až do roku 2017.

Snížená sazba byla v roce 2012 na hodnotě 14 %, následující rok se zvýšila na 15 % a na této hodnotě setrvala až do roku 2017.

V roce 2015 se snížená sazba DPH rozdělila na:

- první sníženou sazbu DPH,
- druhou sníženou sazbu DPH<sup>65</sup>.

Druhá snížená sazba DPH od zavedení v roce 2015 až do roku 2017 zůstala na hodnotě 10 %<sup>65</sup>.

<sup>64</sup> Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů

<sup>65</sup> Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty

## Makroekonomické ukazatele.

V následující tabulce č. 5 vidíme vývoj makroekonomických ukazatelů, jako jsou HDP, růst HDP, spotřeba domácností a průměrná míra inflace.

Tab. 5: Makroekonomické ukazatele (Vlastní zpracování dle<sup>66</sup>)

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>HDP</b> [mld. Kč, b.c.]	4 060	4 098	4 314	4 555	4 715
<b>HDP</b> [růst v %, s.c.]	-0,8	-0,5	2,7	4,5	2,4
<b>Spotřeba domácností</b> [růst v %, s.c.]	-1,2	0,5	1,8	3	2,9
<b>Prům. míra inflace</b> [%]	3,3	1,4	0,4	0,3	0,7

Z tabulky je patrné, že od roku 2014 HDP meziročně mírně roste. K růstu ekonomiky dosti výrazně přispívá vývoj obchodování České republiky se zahraničím, zvýšená spotřeba domácností, která pomalu roste již od roku 2013 a je způsobena nízkou nezaměstnaností a nízkou hladinou inflace.

Ve čtvrtém měsíci roku 2017 došlo k ukončení měnových intervencí ČNB, kdy přestala uměle snižovat hodnotu České Koruny vůči zahraničním měnám a tento krok bude mít pravděpodobně za následek pozitivní vývoj ekonomické situace v ČR.

### 3.1.3 Technologické faktory

Pro výrobní podnik jsou technologické faktory tím nejdůležitějším. Nové technologie zvyšují konkurenceschopnost, efektivitu, zkracují výrobní časy, snižují náklady na mzdy a energie atd.

Jediný společník firmy Přístřešky-regály, s.r.o., je zároveň společníkem v zaběhlé firmě XY, která se již více než deset let zabývá výrobou zábradlí, skleníků, žaluzií, lodžii, balkónů atpod. Tato firma vlastní veškeré výrobní zařízení, jako jsou pily, svářecí technika, brusky, lakovna atd. a je v plánu, že obě společnosti budou kooperovat. Přístřešky-regály, s.r.o., využije veškerých zkušeností s výrobou společnosti XY.

<sup>66</sup> Investice: Makroekonomika. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/makroekonomika/hdp/>.

Hlavní prezentace výrobků společnosti Přístřešky-regály, s.r.o., bude prováděna přes internet a sociální síť. Společnost Přístřešky-regály, s.r.o., si založí vlastní internetovou doménu: pristesky-regaly.cz, kde bude nejen důkladná prezentace všech výrobků, technické údaje, možnosti výroby, konfigurátor výrobků, ale také to hlavní e-shop. Prostřednictvím internetu bude schopna své výrobky nabízet po celé České republice a výhledově také na trhy ve Slovensku a Polsku, kde již působí společnost XY.

### **3.1.4 Politické faktory**

Vláda České republiky ovlivňuje podnikání například novými zákony, vyhláškami, hodnotami DPH, hodnotami daní z příjmů, v neposlední řadě dotacemi, kterých se čím dál více v podnikání využívá atd.

### **3.1.5 Legislativní faktory**

Při podnikání samotném i při zakládání nové korporace je potřeba důkladně znát legislativu České republiky. Přístřešky-regály, s.r.o., bude fungovat jako společnost s ručením omezeným, kdy její podnikání bude podléhat zákonu č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích a také zákonu č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

Vždy je potřeba dobré orientace v legislativě, sledovat každou změnu zákonů či vyhlášek, neboť celkem často dochází k novelizacím.

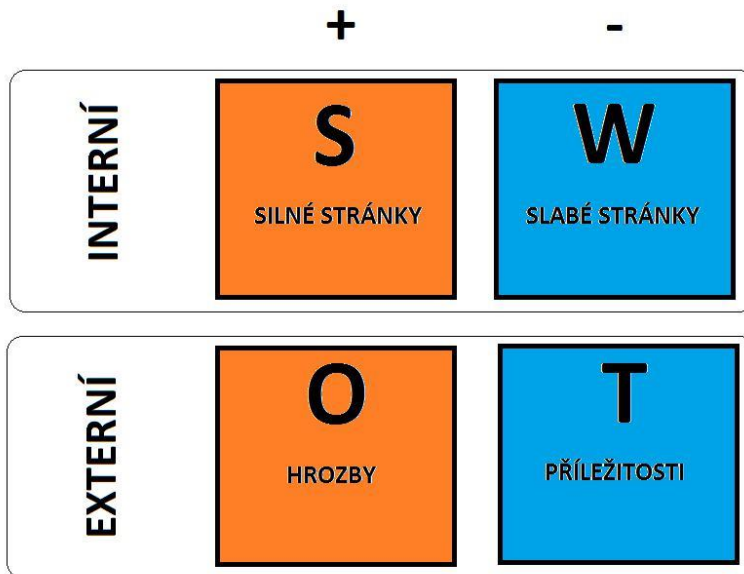
Řízení a provoz společnosti Přístřešky-regály, s.r.o., upravují v současné době tyto zákony:

- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník,
- Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích),
- Zákon č. 418/2011 Sb., o trestní odpovědnosti právnických osob a řízení proti nim,
- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon),
- Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce,
- Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví,
- Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty,

- Zákon č. 112/2016 Sb., o evidenci tržeb,
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele,
- Zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích,
- Zákon č. 139/2014 Sb., který mění Zákon č. 110/1197 Sb. o potravinách,
- Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví,
- Zákon č. 88/2016 Sb.,
- Zákon č. 133/1985 Sb., o požární ochraně,
- Zákon č. 309/2006 Sb., o zajištění dalších podmínek bezpečnosti a ochrany zdraví při práci,
- Zákon č. 26/2017 Sb., kterým se mění zákon č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o vinohradnictví a vinařství), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony,
- tzv. hygienický balíček přímo použitelných předpisů ES (Nařízení Komise (ES) č. 2076/2005, Nařízení Komise (ES) č. 2075/2005, Nařízení Komise (ES) č. 2074/2005, Nařízení Komise (ES) č. 2073/2005, Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č.852/2004, Nařízení EP a Rady (ES) č. 853/2004, Nařízení EP a Rady (ES) 854/2004, Nařízení EP a Rady (ES) 882/2004, Nařízení EP a Rady (ES) 178/2002),
- Vyhláška č. 252/2004 Sb., kterou se stanoví hygienické požadavky na pitnou a teplou vodu a četnost a rozsah kontroly pitné vody, ve znění pozdějších předpisů.

Od roku 2016 je v České republice zavedena povinnost tzv. elektronické evidence tržeb. To znamená, že veškeré údaje o každé provedené účetní transakci jsou zasílány prostřednictvím internetu přímo na servery Státní správy. I společnost Přístřešky-regály, s.r.o., zákonu o EET podléhá a musí se jím tudíž řídit.

## 3.2 SWOT analýza



Obr. 3: SWOT analýza (Vlastní zpracování)

Při posuzování interních firemních faktorů nás především zajímají silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Takto koncipovaná analýza je označována jako SWOT analýza. V tomto pojetí jsou příležitosti a hrozby pojímány ve vztahu k firmou oslovenému trhu, ne interně ve firmě. Jde tedy o obchodní firemní příležitosti a vnější hrozby, které mohou úspěch firmy ovlivnit.

### 3.2.1 Silné stránky

Sesterská společnost XY působí na Českém, Slovenském a Polském trhu již více než deset let. Po celou dobu si veškerý sortiment vyrábí sama, má tudíž bohaté zkušenosti se zpracováním i svařováním hliníkových profilů.

Dále se využije rámcových smluv na odběr materiálu, které má uzavřeny společnost XY, objem odebíraného zboží se následně rozšíří, což v konečném efektu bude znamenat nižší cenu hliníkového materiálu, svařovací techniky atd.

Silnou stránkou společnosti Přístřešky-regály, s.r.o., je bezesporu i fakt, že na českém trhu existuje jen malé množství konkurentů, kteří se zabývají výrobou nebo jen distribucí přístřešků pro automobily, přístřešků na palivové dřevo a skladovacích systémů – regálů.

Zde využijeme dobrého jména sesterské společnosti XY, která již dlouhá léta produkuje kvalitní výrobky a má tudíž spousty referencí.

### **3.2.2 Slabé stránky**

Mezi slabé stránky projektu patří fakt, že lidé mají v oblibě přírodní materiály, jako je dřevo, a tudíž ke stavbě přístřešků na automobily a ke skladování palivového dřeva používají zejména dřevního řeziva nebo dřevěné spárovky. Naše společnost chce vyrábět zejména z hliníku a jeho slitin.

Na tuto skutečnost bude společnost Přístřešky-regály, s.r.o., reagovat požární bezpečností, která jednoznačně lépe vychází pro hliník a jeho slitiny.

### **3.2.3 Příležitosti**

Díky malé konkurenci na trhu v produkci přístřešků na automobily, palivové dřevo a skladovací technologii se společnosti Přístřešky-regály, s.r.o., otevírá příležitost tuto mezeru v trhu vyplnit.

Přístřešky-regály, s.r.o., bude aktivně využívat obchodních zástupců sesterské společnosti XY, kteří poskytnou databázi všech zákazníků z minulých období a také začnou nabízet nový sortiment.

Díky trendu, kdy se lidé čím dál častěji stěhují do rodinných domů, vznikají stále nové obchodní příležitosti.

### **3.2.4 Hrozby**

Neustále se měnící legislativa v České republice, kterou je potřeba sledovat a dokonale ovládat.

Vzhledem k faktu, že část projektu bude financována pomocí úvěru banky, bude společnost do jisté míry finančně zatížena splátkami.

### 3.3 Porterův model konkurenčních sil

Díky sestavení Porterova modelu konkurenčních sil můžeme analyzovat prostředí a odvětví, kde bude společnost působit.



Obr. 4: Porterův model (Vlastní zpracování)

#### 3.3.1 Konkurence na daném trhu

Již bylo zmíněno, že konkurence na trhu s přístřešky pro automobily, přístřešky pro palivové dřevo a skladovací technologií není moc velká, přesto se na trhu najdou firmy, které naší společnosti budou do jisté míry konkurovat. Tyto společnosti mají svůj specifický sortiment a společnost Přístřešky-regály, s.r.o., by se chtěla odlišit zejména lepší kvalitou zpracování, vyšší bezpečností, vyšší variabilitou vůči požadavkům zákazníků atd.

Mezi konkurenty v České republice paří:

#### **ALCENTRUM s.r.o.**

Společnost se specializuje na výrobky z hliníkových profilů. Vyrábí hliníkové pergoly, garážová stání, zimní zahrady, zahradní altány, ploty a přístřešky nad dveře.

Sídlo společnosti: Veselí 35, Přelouč 535 01 (Královéhradecký kraj)

Výroba probíhá dle certifikace ISO 9001:2009, která jim byla udělena v roce 2015, přímo v sídle společnosti – využívají tedy vlastních zdrojů.

Tab. 6: Stránky konkurenta (Vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
Výroba dle certifikace ISO 9001:2009	Nevzhledný design
Vlastní výrobní kapacity	Minimum referenčních staveb
Rozsáhlý sortiment	Krátká historie společnosti

### **HOBBYTEC CZ s.r.o.**

Společnost není výrobcem žádného z nabízeného sortimentu. Nabízejí výrobky od několika výrobců z více zemí EU. V nabídce mají Pergoly, montované a mobilní domy, přístřešky pro automobily, garáže, montované haly, hračky, chovatelské potřeby atd.

Sídlo společnosti: U Remízku 187, Tehovec 251 62 – Praha východ

Tab. 7: Stránky konkurenta (Vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
Nabízejí kvalitní výrobky zahraničních výrobců	Nejsou přímým výrobcem
Poloha sídla společnosti	Malá variabilita – nedokáží se pružně přizpůsobit zákazníkovi
	Až příliš velký sortiment nabízených výrobků

### **PKB PRO s.r.o.**

Společnost nabízí zastřešení, přístřešky na automobily a garážová stání z hliníkových profilů.

Sídlo společnosti: Kavkazská 1377/7, Praha 101 00

Tab. 8: Stránky konkurenta (Vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
Kvalitní designové zpracování	Nepřehledné webové stránky
Kompletní servis – od návrhu až po realizaci	Absence e-shopu
Poloha sídla společnosti	Malá variabilita výrobků
	Omezený sortiment

### 3.3.2 Vyjednávací síla zákazníků (odběratelů)

Vyjednávací síla zákazníků bude v tomto případě nízká, neboť si můžou jednoduše na internetu nalézt ceny a sortiment konkurenčních výrobců. Zde společnost Přístřešky-regály, s.r.o., bude ve výhodě zejména proto, že bude nabízet svým zákazníkům kvalitnější výrobky za mnohem příznivější ceny.

### 3.3.3 Vyjednávací síla dodavatelů

Vliv dodavatelů bude v našem případě celkem silný, neboť na trhu s hliníkovými profily existuje jen omezené množství dodavatelů a společnost by bez materiálu musela zastavit nebo omezit produkci.

### 3.3.4 Hrozba vstupu nových konkurentů

Hrozba vstupu nových konkurentů v tomto prostředí existuje téměř vždy, avšak tomuto chce společnost čelit kvalitou svých výrobků, příznivou cenou, co největší pružností a orientací na zákazníka.

Zde je potřeba zmínit, že společnost Přístřešky-regály, s.r.o., bude mít k dispozici know-how sesterské společnosti XY, což ji dává velkou výhodu vzhledem k novým konkurentům, kteří budou startovat od začátku.

### 3.3.5 Hrozba substitutů

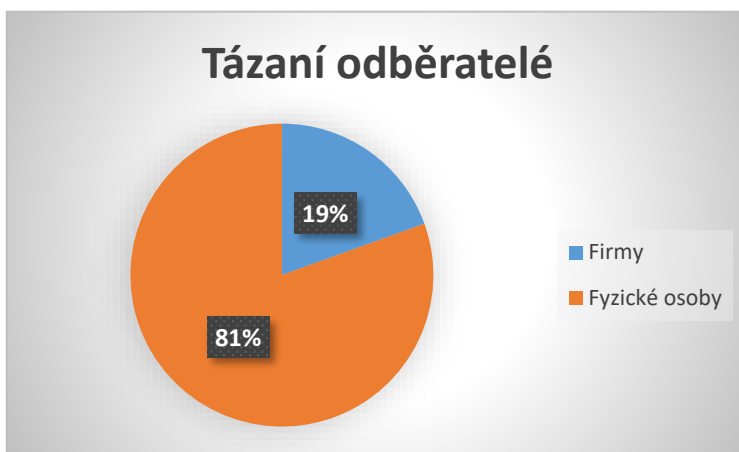
Substitutem pro zákazníky budou zejména drobné tesařské firmy, které jim budou nabízet podobné výrobky ze dřeva. Také je možnost, že si potenciální zákazníci budou chtít

výrobek zhotovit sami. Zde připadá v úvahu skutečně jen využití dřeva, neboť svařování hliníkových slitin je dosti problematická záležitost.

### 3.4 Marketingový průzkum potencionálního trhu

Marketingový průzkum proběhl tak, že obchodní zástupci společnosti XY oslovili veškeré své odběratele, zda by měli zájem o výrobky společnosti Přístřešky-regály, s.r.o. Oslovení proběhlo telefonicky, emailem nebo na osobní rovině – dle důležitosti odběratele.

Osloveno bylo celkem 636 odběratelů společnosti XY, z toho 124 firem a 512 fyzických osob.



Graf 1: Tázání odběratelů (Vlastní zpracování)

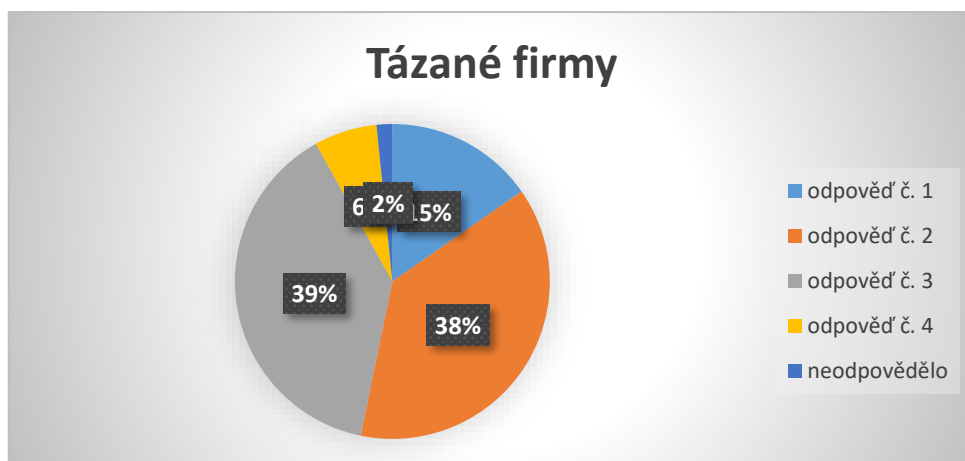
#### První fáze dotazování

První fáze dotazování se zaměřila na kompletní škálu výrobků společnosti Přístřešky-regály, s.r.o. Zákazníci dostali na výběr z následujících odpovědí:

1. Ano, měl bych zájem o výrobky
2. Ano, chci vědět o výrobcích víc
3. Nevím, nejsem rozhodnut
4. Nemám zájem

Oslovené firmy odpověděly následovně:

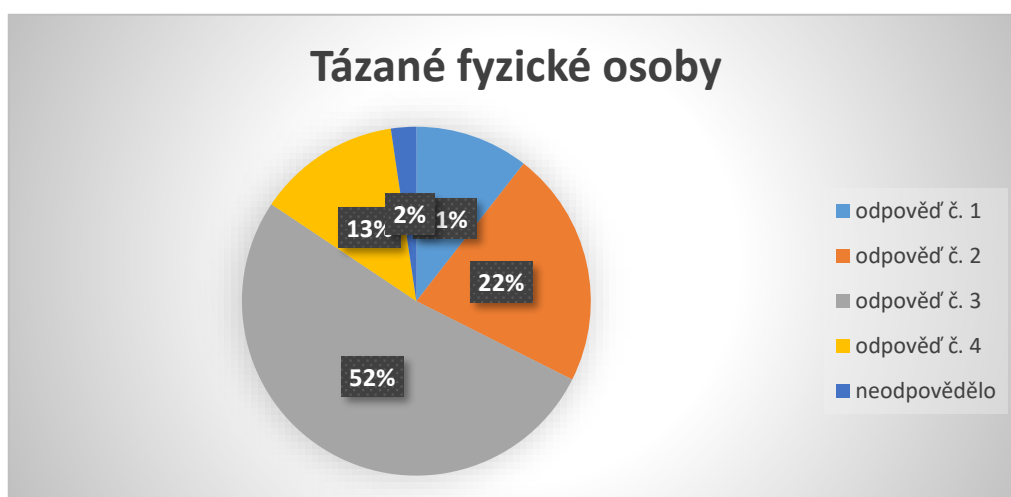
Odpověď číslo 1. zvolilo 19 z celkem 124 oslovených firem. Odpověď číslo 2. zvolilo 47 z celkem 124 oslovených firem. Odpověď číslo 3. zvolilo 48 oslovených firem. Odpověď číslo 4. zvolilo 8 oslovených firem. Vůbec neodpověděly 2 firmy.



Graf 2: Tázané firmy v první fázi (Vlastní zpracování)

Oslovené fyzické osoby odpověděly následovně:

Odpověď číslo 1. zvolilo 54 z celkem 512 oslovených fyzických osob. Odpověď číslo 2. zvolilo 112 z celkem 512 oslovených fyzických osob. Odpověď číslo 3. zvolilo 266 z celkem 512 oslovených fyzických osob. Odpověď číslo 4. zvolilo 68 z celkem 512 oslovených fyzických osob. Vůbec neodpovědělo 12 fyzických osob.

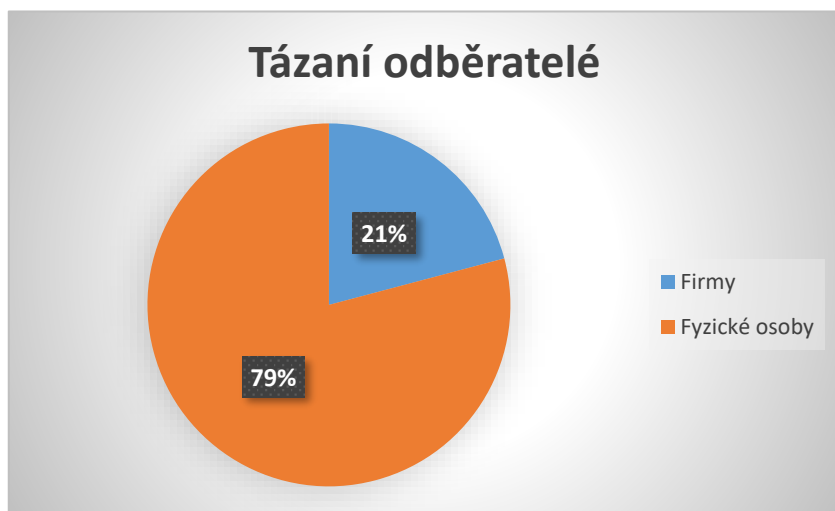


Graf 3: Tázané fyzické osoby v první fázi (Vlastní zpracování)

## Druhá fáze dotazování

Druhá fáze dotazování měla určit, o který z nabízených výrobků společnosti by byl největší zájem. Firmy i fyzické osoby, které v první fázi odpověděly, že o výrobky nemají zájem anebo nezaslaly žádnou odpověď, nebyly již součástí druhé fáze.

Ve druhé fázi bylo tedy dotazováno celkem 546 odběratelů společnosti XY, z toho 114 firem a 432 fyzických osob.



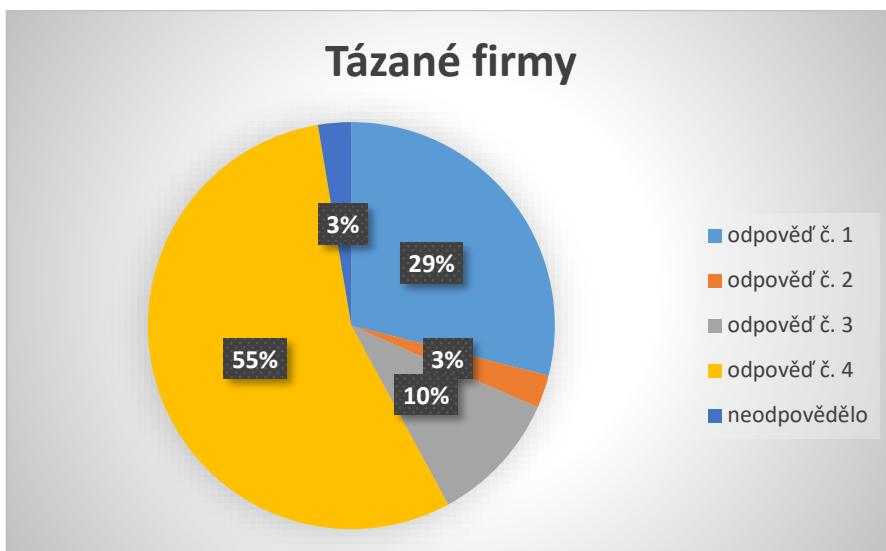
Graf 4: Tázaní odběratelé v druhé fázi dotazování (Vlastní zpracování)

Ve druhé fázi dotazování dostali zákazníci na výběr následující možnosti:

1. Zajímají mne přístřešky na automobily
2. Zajímají mne přístřešky na palivové dřevo
3. Zajímají mne skladovací regály
4. Zajímám se o více produktů

Oslovené firmy odpověděly následovně:

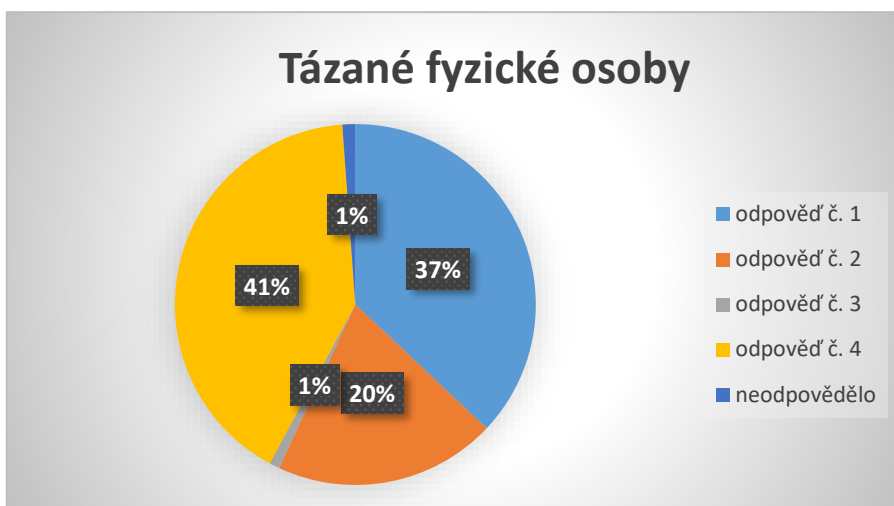
Odpověď číslo 1. zvolilo 33 z celkem 114 oslovených firem. Odpověď číslo 2. zvolily 3 z celkem 114 oslovených firem. Odpověď číslo 3. zvolilo 12 z celkem 114 oslovených firem. Odpověď číslo 4. zvolilo 63 z celkem 114 oslovených firem. Ve druhé fázi neodpověděly 3 z celkem 114 oslovených firem.



Graf 5: Tázané firmy v druhé fázi dotazování (Vlastní zpracování)

Oslovené fyzické osoby odpověděly následovně:

Odpověď číslo 1. zvolilo 160 z celkem 432 oslovených fyzických osob. Odpověď číslo 2. zvolilo 86 z celkem 432 oslovených fyzických osob. Odpověď číslo 3. zvolily 4 z celkem 432 oslovených fyzických osob. Odpověď číslo 4. zvolilo 177 z celkem 432 oslovených fyzických osob. Ve druhé fázi neodpovědělo 5 z celkem 432 oslovených osob.



Graf 6: Tázané fyzické osoby v druhé fázi dotazování (Vlastní zpracování)

## 4 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ

V této kapitole se budu věnovat vlastnímu návrhu řešení podnikatelského záměru, který poslouží jako stručná představa fungování samotné společnosti na výrobu přístřešků pro automobily, přístřešků na palivové dřevo a skladovacích regálů z hliníkových slitin. Z podnikatelského záměru bude patrné, zda je společnost Přístřešky-regály, s.r.o. schopna úspěšně fungovat.

### 4.1 Podnikatelský záměr

Tato kapitola bude zaměřena na samotný podnikatelský záměr, což je shrnutí všech podstatných vnějších i vnitřních okolností, které s tímto souvisejí. Shrnu zde podnikatelské cíle, důvody jejich reálnosti a dosažitelnosti, popíšu jejich jednotlivé kroky, které povedou k dosažení cíle.

#### 4.1.1 Představení zainteresovaných společností

V prvé řadě uvedu základní údaje o společnosti Přístřešky-regály, s.r.o., na kterou bude podnikatelský plán aplikován, aby bylo jasné, jak bude společnost fungovat.

Obchodní název:	Přístřešky-regály s.r.o.
IČO:	xxx xx xxx
Sídlo:	4. května 293, Vsetín 755 01
Právní forma:	Společnost s ručením omezeným
Předmět podnikání:	Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 Živnostenského zákona, lakýrnictví
Datum zápisu:	1.9.2017
Statutární orgán:	Filip xxxx, narozen xx.xx.xxxx  Horní Lideč 120, Horní Lideč 756 12

Den vzniku funkce: 1.9.2017

Společník: Filip xxxx, narozen xx.xx.xxxx  
Horní Lideč 120, Horní Lideč 756 12

Podíl: Vklad: 500 000,- Kč  
Obchodní podíl 100%

Z výše uvedeného je patrné, že po založení společnosti s ručením omezeným bude tato mít jednoho jednatele v osobě Filip Hejl, který bude taktéž jediným společníkem s obchodním podílem 100 %.

V Analytické části Bakalářské práce jsem se zmiňoval také o společnosti XY, která bude sesterskou společností Přístřešky-regály, s.r.o., a tyto společnosti budou při výrobě a distribuci veškerého sortimentu kooperovat. Proto je důležité představit zde i společnost XY:

Obchodní název: XY s.r.o.

Spisová značka: C xxxxx vedená u Krajského soudu v Ostravě

Sídlo: 4. května 293, Vsetín 755 01

IČO: xxx xx xxx

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání: Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3  
Živnostenského zákona, lakýrnictví

Datum zápisu: 3.6.2003

Statutární orgán: Filip xxxx, narozen xx.xx.xxxx  
Horní Lideč 120, Horní Lideč 756 12

Den vzniku funkce: 3.6.2003

Společník: Filip xxxx, narozen xx.xx.xxxx  
Horní Lideč 120, Horní Lideč 756 12

Podíl: Vklad: 100 000,- Kč  
Obchodní podíl 100%

#### **4.1.2 Podmínky založení s.r.o.**

1. Pro založení společnosti s ručením omezeným je potřeba v bance složit základní kapitál. Minimální výše kapitálu je od 1.1.2014 libovolná částka od 1,- Kč. Společnost s r.o. může založit fyzická osoba i jiná právnická osoba.
2. Pro nově zakládanou společnost s r.o. je potřeba vždy sídlo společnosti. Pro zřízení sídla je třeba doložit písemný souhlas vlastníků nemovitosti s umístěním sídla na dané adrese.
3. Osoba, která má být statutárním orgánem – jednatelem, by měla mít čistý trestní rejstřík. Přesněji řečeno, nemusí být zcela bez záznamu, ale musí prokazovat bezúhonnost dle paragrafu 46, ZOK, a to ve smyslu paragrafu 6, živnostenského zákona. Dále musí jít o osobu způsobilou k právním úkonům a osobou u které nejsou překážky pro výkon funkce jednatele dle zákona 89/2012 Sb., Nový občanský zákoník a dle zákona 90/2012 Sb., Zákona o obchodních korporacích. Výpis z rejstříku trestů vydává například Česká pošta.
4. Pro novou společnost potřebujeme neklamavý a nezaměnitelný název. Tento musí obsahovat dovětek s.r.o., potažmo spol. s r.o., nebo společnost s ručením omezeným.
5. Pro vázané, koncesované či řemeslné živnosti je potřeba ustanovit zodpovědného zástupce, který bude splňovat podmínky požadované živnostenským zákonem – dle konkrétní vybrané živnosti.

### **4.1.3 Popis činnosti**

Jediný společník a zároveň statutární orgán společnosti XY, která se zabývá výrobou stínící techniky, skleníků, zábradlí atd., se rozhodl rozšířit svou působnost o výrobu přístřešků pro automobily, přístřešků pro palivové dřevo a regálů. K tomuto bude založena nová společnost s ručením omezeným Přístřešky-regály, s.r.o., která se stane de facto sesterskou společností XY.

Společnost XY působí na trhu od roku 2003 a vlastní veškeré výrobní kapacity pro zpracování, svařování a lakování hliníkových slitin. Tyto budou k dispozici pro nově založenou společnost Přístřešky-regály, s.r.o.

V první řadě společnost Přístřešky-regály, s.r.o., vytvoří vlastní sortiment přístřešků na automobily, přístřešků na dřevo a stavebnicový systém regálů. Tyto budou zpracovány staticky, architektonicky a budou vytvořeny propagační materiály. Dále budou postaveny (sestrojeny) tzv. vzorové kusy, aby měl zákazník jasnou představu. Společnost chce nabízet líbivé, architektonicky zajímavé a cenově dostupné přístřešky a co se týče regálů, je v plánu vytvořit vlastní stavebnicový systém, který by umožnil co nejvyšší variabilitu a přizpůsobení se zákazníkovi.

Cílovou skupinou budou jak právnické, tak fyzické osoby. Co se týče přístřešků na dřevo a automobily, budeme zejména cílit na lidi žijící v rodinných domech, nebo vlastníci rekreační zařízení, jako jsou chaty a chalupy. Skladovací systémy budeme nabízet zejména právnickým osobám, které je využijí ke skladování materiálu, sortimentu zboží atpod.

### **4.1.4 Výrobky**

Abych více přiblížil, jaké výrobky se chystá společnost Přístřešky-regály, s.r.o., vyrábět, vkládám na ukázkou několik vizualizací – předvýrobních návrhů.

Na obrázku č. 5 je vizualizace jedno konzolového přístřešku na automobil, který je vyroben z hliníkových profilů a na zastřešení je použit polykarbonát.



Obr. 5: Jedno konzolový přístřešek pro automobil (Vlastní zpracování)

Na obrázku č. 6 je vizualizace dvou konzolového přístřešku na automobil, který je vyroben z hliníkových profilů a na zastřešení je použit polykarbonát.



Obr. 6: Dvou konzolový přístřešek pro automobil (Vlastní zpracování)

Na obrázku č. 7 je vizualizace přístřešku na skladování palivového dřeva, který je vyroben z hliníkových profilů a plechů.



Obr. 7: Přístřešek na skladování palivového dřeva (Vlastní zpracování)

Na obrázku č. 8 je vizualizace návrhu skladovacího regálu pro palivové dřevo, který je vyroben z hliníkových profilů.



Obr. 8: Skladovací regál palivového dřeva (Vlastní zpracování)

#### 4.1.5 Cena výrobků

Zde přiblížím, z jakých položek se bude skládat cena hotového výrobku, která bude nabízena koncovému zákazníkovi. Není možné sestavit katalog konečných cen, neboť každá zakázka bude řešena individuálně, dle požadavků zákazníka.

#### Konstrukce

Samotná konstrukce výrobku bude vyráběna zejména z následujících hliníkových profilů:

Tab. 9: Přehled základních hliníkových profilů (Vlastní zpracování)

Profil	kg/ 1m	Cena za kg běžně	Zvýhodněná cena
□ Al 50x50x2	1,08	120 Kč	95 Kč
□ Al 50x25x2	0,77	120 Kč	95 Kč
□ Al 200x50x4	5,2	140 Kč	102 Kč

Ceny jsou uvedeny bez DPH. Zvýhodněná cena je proto, že bude využito rámcových smluv, které má uzavřeny společnost XY. Tyto budou následně navýšeny o odběr společnosti Přístřešky-regály, s.r.o., a cena tak v budoucnu bude ještě výhodnější.

#### Zastřešení

K zastřešení hliníkové konstrukce bude použit vysoce kvalitní komůrkový polykarbonát, který bude nabízen v několika odstínech (čirá, bronzová, modrá), tloušťky 10mm, 15mm a 20mm – dle přání a potřeb zákazníka v závislosti na sněhovém zatížení atpod.

Tab. 10: Ceny za jednotlivé tloušťky profilů (Vlastní zpracování)

Tloušťka	Běžná cena za m <sup>2</sup>	Zvýhodněná cena za m <sup>2</sup>
10 mm	180 Kč	108 Kč
15 mm	260 Kč	156 Kč
20 mm	350 Kč	210 Kč

Ceny jsou uvedeny bez DPH. Volba odstínu polykarbonátu nemá vliv na cenu.

## **Ochrana a barevné provedení**

K ochraně hliníkové konstrukce a taky k úpravě do zvolené barvy bude použito práškové lakování, které se počítá dle plochy lakovaného výrobku a tuto taktéž ovlivňuje váha.

Společnost XY již více než deset let spolupracuje s práškovou lakovnou, která sídlí ve stejném areálu a odpadájí tudíž náklady na přepravu výrobků, zde je taktéž uzavřena rámcová smlouva na základě, které má slevu 40 %. Prášková lakovna disponuje dostatečně velikou vypalovací pecí, není se tedy třeba obávat ani výroby opravdu velkých přístřešků.

## **Těsnění a spojovací materiál**

Těsnění a spojovací materiál je u každého výrobku použit variabilně, nelze zde určit žádný vzorec k určení ceny. Zde má společnost XY taktéž uzavřeny výhodné rámcové smlouvy, které budou v budoucnu rozšířeny o odběr společnosti Přístřešky-regály, s.r.o.

### **4.1.6 Distribuční cesty**

Ačkoli bude sídlo společnosti ve Vsetíně, což je Zlínský kraj, bude své výrobky nabízet po celé ČR, popřípadě v budoucnu i na trhy v Polsku a na Slovensku. Kontakt se zákazníky bude prováděn pomocí obchodního zástupce, jak osobně, tak s maximálním využitím telefonu a internetového prostředí. Dále bude mít společnost svou montážní skupinu s nákladním automobilem, kteří provedou jak prvotní zaměření na místě – u zákazníka, tak následně samotnou montáž na určeném místě.

### **4.1.7 Propagace**

Společnost využije obchodních zástupců společnosti XY, kteří mají v databázi více než 600 zákazníků, se kterými v minulosti spolupracovali. Tito budou osloveni a následně – v případě zájmu nasměrováni na společnost Přístřešky-regály, s.r.o.

Společnost Přístřešky-regály, s.r.o., bude mít i vlastní obchodního zástupce, který bude aktivně vyhledávat a oslovovat potenciální zákazníky.

Budou vytvořeny a graficky zpracovány propagační materiály – letáky, katalogy, ceníky, které budou vytisknuty na kvalitním papíře a tištěny kvalitním tiskem, aby co nejlépe

prezentovaly firmu a její výrobky. Na toto naváží i webové stránky s e-shopem, které budou zcela nově vytvořeny.

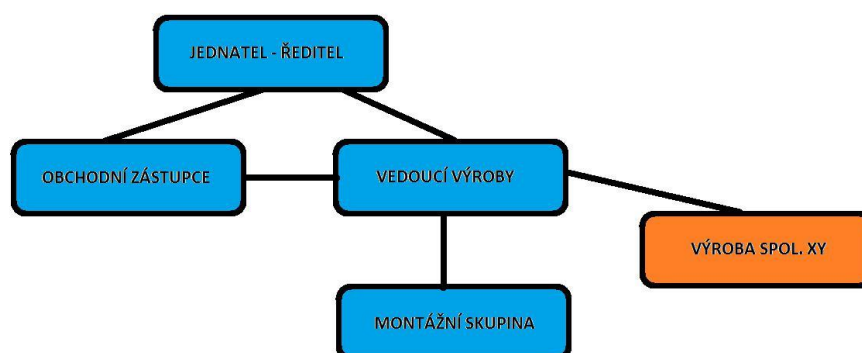
Dále se společnost bude zviditelňovat pomocí sociálních sítí, jako je Facebook, Twitter, Instagram apod.

## 4.2 Finanční plán

Pro nově založenou společnost Přístřešky-regály, s.r.o., je nezbytné připravit kvalitní Podnikatelský plán, který nám pomůže oslovit investory, ale také nám pomůže získat náhled na budoucí finanční toky.

### 4.2.1 Organizační struktura a náklady na mzdy

Následující schéma organizační struktury znázorňuje budoucí fungování společnosti:



Obr. 9: Organizační struktura společnosti (Vlastní zpracování)

Jednatel bude ve společnosti působit na pozici ředitele, bude se starat o kompletní chod podniku. Jednatel nebude pobírat jednatelskou odměnu, bude zaměstnancem společnosti a za to bude pobírat mzdu.

Tab. 11: Přehled mzdy jednatele (Vlastní zpracování)

Hrubá mzda	25 000 Kč
Čistá mzda	16 500 Kč
Super hrubá mzda	33 500 Kč

Obchodní zástupce bude mít na starosti vyhledávání nových zákazníků, bude se starat a komunikovat se zákazníky, kteří budou přeměrováni ze společnosti XY. Dále bude v neustálém kontaktu s vedoucím výroby, kterému bude předávat informace o přáních zákazníka, konzultovat možnosti výroby atd. Bude zaměstnancem společnosti a bude pobírat mzdu ve výši 20 000,- Kč hrubého za měsíc.

Tab. 12: Přehled mzdy obchodního zástupce (Vlastní zpracování)

Hrubá mzda	20 000 Kč
Čistá mzda	13 200 Kč
Super hrubá mzda	26 800 Kč

Vedoucí výroby bude mít na starosti zejména kooperaci s výrobou společnosti XY, dále pak řízení montážní skupiny a v neposlední řadě bude v neustálém kontaktu s obchodním zástupcem, se kterým si bude předávat informace. Bude zaměstnancem společnosti a bude pobírat mzdu ve výši 20 000,- Kč hrubého za měsíc.

Tab. 13: Přehled mzdy vedoucího výroby (Vlastní zpracování)

Hrubá mzda	20 000 Kč
Čistá mzda	13 200 Kč
Super hrubá mzda	26 800 Kč

Montážní skupina bude mít pro začátek dva zaměstnance – dělníky, kteří budou provádět zaměření a následně samotnou montáž na místě určení. V případě potřeby budou vypomáhat s výrobou. Minimálně jeden ze členů montážní skupiny bude vlastníkem řídicího oprávnění. Každý dělník bude zaměstnancem a bude pobírat mzdu ve výši 18 000,- Kč.

Tab. 14: Přehled mezd zaměstnanců montážní skupiny (Vlastní zpracování)

Hrubá mzda	18 000 Kč
Čistá mzda	11 880 Kč
Super hrubá mzda	24 120 Kč

Ke mzdám se v případě úspěšného rozjezdu společnosti budou vyplácet odměny a po zkušební době bude zaměstnancům zvýšena i základní mzda.

Výroba, kterou poskytne společnost XY bude fakturována jednou za měsíc a bude účtována dle následující tabulky č. 15, kde jsou uvedeny i počty předpokládaných odpracovaných hodin a celkové náklady za měsíc.

Tab. 15: Přehled nákladů na externí pracovníky (Vlastní zpracování)

<b>Pracovník</b>	<b>Hodinová mzda</b>	<b>hodin/měsíc</b>	<b>Celkové náklady/měsíc</b>
dělník přípravy	210 Kč	300	63 000 Kč
svářeč	350 Kč	150	52 500 Kč

Výše uvedené ceny jsou včetně nákladů na zařízení a nákladů na mzdy dělníků.

#### **4.2.2 Celkové počáteční náklady**

V následující tabulce budou vyčísleny celkové náklady, které bude muset společnost Přístřešky-regály, s.r.o., vynaložit k rozběhnutí projektu.

Tab. 16: Počáteční rozpočet firmy (Vlastní zpracování)

<b>Náklady nezbytné pro založení podniku</b>	<b>10 000 Kč</b>
<b>Obstarání dlouhodobého majetku</b>	<b>736 900 Kč</b>
Nábytek	33 800 Kč
Vybavení šaten	21 200 Kč
PC 1	12 000 Kč
PC 2	12 000 Kč
Osobní automobil	241 900 Kč
Nákladní automobil	384 000 Kč
Nářadí	32 000 Kč
<b>Obstarání oběžného majetku</b>	<b>100 000 Kč</b>
Zásoby	100 000 Kč
<b>Počátek podnikatelské činnosti</b>	<b>312 840 Kč</b>
drobný hmotný majetek	22 000 Kč
Pronájem kanceláří/měsíc	8 000 Kč
Energie/měsíc	3 500 Kč
Internet	300 Kč
Telefony	1 200 Kč
Celkové mzdové náklady/měsíc	135 340 Kč
Náklady na kooperaci/měsíc	115 500 Kč
Provozní režie/měsíc	12 000 Kč
Běžná údržba/měsíc	5 000 Kč
Náklady na externí účetnictví/měsíc	10 000 Kč
<b>CELKEM</b>	<b>1 159 740 Kč</b>

Výše celkových nákladů dosáhne částky 1 159 740,- Kč. Majitel má k dispozici vlastní zdroje ve výši 500 000,-, zbytek bude financován pomocí bankovního úvěru pro podnikatele.

Zahajovací rozvahu je povinen každý podnikatelský subjekt sestavit před začátkem podnikání viz. tab. č. 17.

Tab. 17: Zahajovací rozvaha (Vlastní zpracování)

AKTIVA		PASIVA	
Stálá aktiva	747 000 Kč	Vlastní kapitál	500 000 Kč
Oběžná aktiva	413 000 Kč	Cizí zdroje	660 000 Kč
<b>CELKEM</b>	<b>1 160 000 Kč</b>	<b>CELKEM</b>	<b>1 160 000 Kč</b>

Ze zahajovací rozvahy vyplývá, že bude potřeba sjednat úvěr ve výši 660 000,-. Společnost se rozhodla využít bankovního úvěru pro podnikatele, neboť se jeví jako nejstabilnější a nejvýhodnější volba.

#### 4.2.3 Výběr bankovního úvěru

Zde uvedu tabulku nabídek úvěrů pro podnikatele od jednotlivých bank:

Tab. 18: Přehled jednotlivých možných úvěrů (Vlastní zpracování)

Podmínky pro získání úvěru	MONETA money bank	Raiffeisen BANK	Komerční banka
úvěr	express business úvěr	neúčelový úvěr	profi úvěr
úvěr je určen	podnikatelé, malé firmy a sdružení FO, obrat do 50m Kč	podnikatelé a malé firmy, obrat do 50m Kč	podnikatelé a malé firmy, obrat do 60m Kč
výše úvěru	od 40 000 až 1 500 000	od 30 000 do 3 000 000	až 5 000 000
doba splatnosti	2 až 7 let	do 5 let	1 až 7 let
čerpání a splácení úvěru	nutnost založení účtu a zde bude poukázán úvěr	jednorázově na běžný účet, ze kterého probíhá i splácení úvěru	jednorázově na běžný účet, ze kterého probíhá i splácení úvěru
zajištění	PO: zajištění vlastní blankosměnkou s avalem společníků	vždy: blankosměnka, v případech určených bankou: zástavní právo k nemovitosti	blankosměnka
podmínky získání	doba podnikání min. 12 měsíců	daňové přiznání za minulé daňové období, výsledovka, potvrzení o bezdlužnosti	variabilní schvalovací proces
úroková sazba	5,90 %	5,29 %	variabilní

Vzhledem k dlouholeté spolupráci sesterské společnosti XY s Komerční bankou, a.s., byla po setkání s osobním bankéřem zvolena varianta Profi úvěru KB. Byla nám nabídnuta následující varianta úvěru:

Tab. 19: Zvolená varianta úvěru (Vlastní zpracování)

Výše úvěru	660 000 Kč
Doba splácení úvěru	48 měsíců
Měsíční splátka	15 286 Kč
Úroková sazba	5,29 %

K pokrytí nenadálých výloh a k vytvoření určité rezervy, především do začátku podnikání, nám KB, a.s., k Profi úvěru nabídla i povolený debet na podnikatelském účtu ve výši 500 000,- Kč. Tento debet lze čerpat po dobu 180 kalendářních dnů. V případě, že není čerpán, neplatí se za něj žádné poplatky ani úrok.

#### 4.2.4 Splácení úvěru

Splácení Profi úvěru KB ve výši 660 000,- Kč, bude probíhat prostřednictvím měsíční splátky ve výši 15 286,- Kč po dobu čtyř let. Každý rok se za tento úvěr zaplatí částka 183 432,- Kč, celková zaplacená částka bude 733 728,- Kč, tudíž k vypůjčené částce zaplatíme navíc částku 73 728,- Kč.

Tab. č. 20 znázorňuje celkovou splátku, rozdělenou na úmor a úrok, za první rok splácení.

Tab. 20: Celková splátka za první rok (Vlastní zpracování)

Rok	Splátka	Úrok	Úmor	Úvěr
1				660 000 Kč
1	183 432 Kč	31 168 Kč	152 264 Kč	507 736 Kč

Celkový splátkový kalendář úvěru je uveden v příloze č. 1.

#### 4.2.5 Odpisy

Dlouhodobý majetek patří do druhé odpisové třídy a bude se odepisovat pět let. Zde se započítává nábytek, počítače, vybavení, nákladní automobil a osobní automobil. Zvolil jsem rovnoměrné odepisování majetku. Dle zákona o dani z příjmu je sazba stanovena na 11 % v prvním roce a ve druhém a dalších na 22,25 %.

Tab. 21: Odpisy dlouhodobého majetku (Vlastní zpracování)

Rok	Výše odpisu	Zůstatek
1	81 059 Kč	655 841 Kč
2	163 960 Kč	491 881 Kč
3	163 960 Kč	327 921 Kč
4	163 960 Kč	163 960 Kč
5	163 960 Kč	0 Kč

V tabulce jsou uvedeny odpisy za jeden rok, měsíční odpisy v prvním roce činnosti budou 6 755,- Kč a v dalších letech 13 663,- Kč.

### 4.3 Plán nákladů a výnosů

V této kapitole se zaměříme na předpokládané náklady a výnosy společnosti Přístřešky-regály, s.r.o.

#### 4.3.1 Předpokládané náklady

V prvním roce podnikání společnosti počítám s nejvyššími náklady, které budou způsobeny zejména vynaložením prostředků na vybavení a rozjezd. V následující tabulce č. 22 jsou uvedeny měsíční náklady v prvním roce činnosti. V dalších letech se budou měnit zejména náklady na kooperaci, náklady na pořízení materiálu a odpisy.

Tab. 22: Předpokládané náklady za první měsíc (Vlastní zpracování)

<b>Pronájem kancelářských prostor</b>	8 000 Kč
<b>Energie</b>	3 500 Kč
<b>Internet</b>	300 Kč
<b>Telefony</b>	1 200 Kč
<b>Provozní režie</b>	12 000 Kč
<b>Běžná údržba</b>	5 000 Kč
<b>Mzdové náklady</b>	135 340 Kč
<b>Kooperace</b>	115 500 Kč
<b>Náklady na účetnictví</b>	10 000 Kč
<b>Odpisy</b>	6 755 Kč
<b>Splátka úvěru</b>	15 286 Kč
<b>Pořízení materiálu</b>	100 000 Kč
<b>CELKEM</b>	412 881 Kč

Náklady na pořízení materiálu se bude měnit v závislosti na poptávce zákazníků. Odhadujeme množství spotřebovaného materiálu, vyjádřeného v Kč, na 100 000,- Kč za měsíc.

V prvním roce činnosti je výše celkových měsíčních nákladů vyčíslena na 412 881,- Kč, za rok činí celkové náklady 4 954 572,- Kč.

#### **4.3.2 Předpoklad poptávky**

Na základě dlouholetých zkušeností sesterské společnosti XY, provedeného dotazování bývalých zákazníků a oslovení potenciálního trhu, byla stanovena předpokládaná poptávka v prvních letech činnosti společnosti Přístřešky-regály, s.r.o.,

#### **Předpokládané příjmy**

Predikci poptávky sestavíme ve třech variantách:

- pesimistická
- reálná
- optimistická

Z předběžně sestaveného ceníku hotových výrobků a cenových kalkulací vyplývá, že průměrná hodnota jedné zakázky bude činit 117 000,- Kč.

Na základě průzkumu očekáváme následující odbyt na hotové výrobky v prvním roce podnikání viz. tabulka č. 23.

Tab. 23: Očekávané příjmy za první rok (Vlastní zpracování)

<b>Varianta</b>	<b>Zakázky/měsíc</b>	<b>Zakázky/rok</b>	<b>Celkový příjem/rok</b>
Pesimistická	3	36	4 212 000 Kč
Reálná	5	60	7 020 000 Kč
Optimistická	7	84	9 828 000 Kč

Ve druhém roce podnikání očekáváme následující odbyt na hotové výrobky, viz. tabulka č. 24.

Tab. 24: Očekávané příjmy za druhý rok (Vlastní zpracování)

Varianta	Zakázky/měsíc	Zakázky/rok	Celkový příjem/rok
Pesimistická	4	48	5 616 000 Kč
Reálná	7	84	9 828 000 Kč
Optimistická	9	108	12 636 000 Kč

Ve třetím roce podnikání očekáváme odbyt, viz. tabulka č. 25.

Tab. 25: Očekávané příjmy za třetí rok (Vlastní zpracování)

Varianta	Zakázky/měsíc	Zakázky/rok	Celkový příjem/rok
Pesimistická	4	48	5 616 000 Kč
Reálná	8	96	11 232 000 Kč
Optimistická	12	144	16 848 000 Kč

V dalších letech podnikání ze zkušeností očekáváme, že odbyt bude stagnovat a bude se podobat třetímu roku podnikání, jako je na tabulce č. 25.

### Předpokládané náklady

V následující tabulce č. 26, uvádím předpokládané roční náklady pro tři varianty (pesimistická, reálná, optimistická).

Tab. 26: Předpokládané roční náklady (Vlastní zpracování)

Rok	Pesimistická	Reálná	Optimistická
1.	4 459 114 Kč	4 954 572 Kč	5 450 029 Kč
2.	4 706 843 Kč	5 450 029 Kč	5 995 021 Kč
3.-5.	4 706 843 Kč	5 722 530 Kč	6 894 274 Kč

Reálnou variantu v prvním roce podnikání máme vyčíslenou přesně v kapitole Odhad nákladů a činí 4 954 572,- Kč. Pesimistickou a optimistickou variantu v prvním roce a všechny varianty v letech následujících jsou ovlivněny předpokládaným počtem zakázek za rok, neboť je zřejmé, že čím víc zakázek bude realizováno, tím vyšší budou náklady na kooperaci a nákup materiálu.

## Celkové náklady a tržby za rok

Když od ročních tržeb odečtu roční výdaje, zjistím, zda bude společnost vykazovat zisk či ztrátu. V následujících tabulkách porovnám pesimistickou, reálnou i optimistickou variantu.

Tab. 27: První rok podnikání (Vlastní zpracování)

	<b>Pesimistická</b>	<b>Reálná</b>	<b>Optimistická</b>
<b>Roční tržby</b>	4 212 000 Kč	7 020 000 Kč	9 828 000 Kč
<b>Roční výdaje</b>	4 459 114 Kč	4 954 572 Kč	5 450 029 Kč
<b>Zisk/ztráta</b>	-247 114 Kč	2 065 428 Kč	4 377 971 Kč

V prvním roce podnikání se podle pesimistické varianty společnost dostane do ztráty, ale podle ostatních do velmi slušného zisku.

Tab. 28: Druhý rok podnikání (Vlastní zpracování)

	<b>Pesimistická</b>	<b>Reálná</b>	<b>Optimistická</b>
<b>Roční tržby</b>	5 616 000 Kč	9 828 000 Kč	12 636 000 Kč
<b>Roční výdaje</b>	4 706 843 Kč	5 450 029 Kč	5 995 021 Kč
<b>Zisk/ztráta</b>	909 157 Kč	4 377 971 Kč	6 640 979 Kč

V druhém roce podnikání jsou už všechny varianty v zisku.

Tab. 29: Třetí rok podnikání (Vlastní zpracování)

	<b>Pesimistická</b>	<b>Reálná</b>	<b>Optimistická</b>
<b>Roční tržby</b>	5 616 000 Kč	11 232 000 Kč	16 848 000 Kč
<b>Roční výdaje</b>	4 706 843 Kč	5 722 530 Kč	6 894 274 Kč
<b>Zisk/ztráta</b>	909 157 Kč	5 509 470 Kč	9 953 726 Kč

Z tabulek č. 27, č. 28 a č. 29 je patrné, že i při pesimistické variantě začne podnik od druhého roku podnikání vykazovat zisk. Společnost se nemusí soustředit na optimistickou variantu, neboť jsme si jisti, že budeme schopni získat tři až osm zakázek za měsíc, což společnosti přinese velmi slušný zisk.

#### 4.3.3 Cash flow

V tabulce č. 30 je vyčíslen předpokládaný cash flow v prvních letech činnosti společnosti Přístřešky-regály, s.r.o. V počátečním stavu je zahrnut vlastní kapitál a úvěr od KB na financování. Vycházel jsem z reálné varianty předpokladu poptávky.

Tab. 30: Zkrácená cash flow (Vlastní zpracování)

<b>Cash flow (reálná varianta)</b>			
<b>Rok</b>	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>
<b>Počáteční stav</b>	<b>500 000</b>	<b>3 225 428</b>	<b>7 603 399</b>
Úvěr	660 000	0	0
Tržby	7 020 000	9 828 000	11 232 000
<b>Příjmy</b>	<b>7 680 000</b>	<b>9 828 000</b>	<b>11 232 000</b>
<b>Výdaje</b>	<b>4 954 572</b>	<b>5 450 029</b>	<b>5 722 530</b>
CF	2 725 428	4 377 971	5 509 470
<b>Konečný stav</b>	<b>3 225 428</b>	<b>7 603 399</b>	<b>13 112 869</b>

#### 4.3.4 Bod zvratu

Podnik se nachází v tzv. bodě zvratu v okamžiku, kdy jeho objem výroby je na takové úrovni, že se celkové tržby rovnají celkovým nákladům a zisk je roven nule.

K výpočtům bude použita reálná varianta předpokládaných zisků a nákladů. Budu dosazovat následující hodnoty viz. tabulka č. 31.

Tab. 31: Údaje pro bod zvratu (Vlastní zpracování)

<b>Fixní náklady/měsíc</b>	197 381 Kč
<b>Fixní náklady/rok</b>	2 368 572 Kč
<b>Cena jednoho výrobku</b>	117 000 Kč
<b>Variabilní náklady na 1 výrobek</b>	43 100 Kč

V následujícím výpočtu stanovím bod zvratu v peněžním vyjádření. Bod zvratu ukazuje, kdy by společnost Přístřešky-regály, s.r.o., měla dosáhnout tržeb, aby byla schopna uhradit všechny náklady, tedy kdy by její zisk měl být roven nule.

$$Q_{BZ} = \frac{FN}{p - b}$$

Po dosažení hodnot z tabulky č. 31 vyjde, že pro dosažení bodu zvratu je třeba přibližně 32 zakázek.

#### 4.3.5 Čistá současná hodnota

Ke zhodnocení efektivnosti investice jsem zvolil metodu pro výpočet čisté současné hodnoty, která spadá do dynamických metod. Je to z důvodu, že je jedna z nejvhodnějších a nejpoužívanějších.

$$\check{C}SH = \sum_{t=1}^3 \left( \frac{3\,225\,428}{(1 + 0,05)^1} + \frac{7\,603\,399}{(1 + 0,05)^2} + \frac{13\,112\,869}{(1 + 0,05)^3} \right) - 500\,000 = 20\,795\,732$$

Čistá současná hodnota dosahuje kladného výsledku. Ke stanovení podnikové diskontní sazby jsem použil ukazatel WACC, podle kterého je záměr uskutečnitelný a přijatelný.

#### 4.3.6 Analýza rizika

V každém podnikatelském projektu je třeba počítat s možným rizikem. Prvním krokem procesu snižování rizik je přirozeně jejich analýza. Tato je obvykle chápána jako proces definování možných hrozeb, pravděpodobnosti jejich výskytu a dopadu na aktiva, tedy stanovení rizik a jejich závažnosti. Nejdůležitější je odhalit rizika včas.

#### **Platební neschopnost**

Jedná se o velmi časté riziko v podnikání. Patří zde například neschopnost splácet úvěr, neschopnost vyplatit mzdy zaměstnancům, nebo například zaplatit faktury za materiál. Každý úvěr, který si podnikatelský subjekt sjedná, přináší jisté riziko. Každá osoba, kterou společnost zaměstná, přináší závazek vyplácení měsíční mzdy a placení zákonem stanovených odvodů.

## **Vstup nové konkurence**

Pro každý podnik je vždy reálnou hrozbou vstup nové konkurence na trh. V našem podnikatelském záměru se snažíme využít tzv. díry na trhu, neboť jsme průzkumem trhu zjistili, že jsme schopni dodávat mnohem širší sortiment výrobků s kvalitnějším zpracováním a za příznivější cenu než dosavadní konkurence. Avšak je možné, že po vstupu společnosti Přístřešky-regály, s.r.o., začne konkurence reagovat a tím se nám fungování může komplikovat, nebo na trh může vstoupit zcela nový subjekt.

## **Ekonomická rizika**

Při zakládání nového podniku vždy vycházíme z jisté představy, nebo odhadu, což znamená jisté riziko, že skutečnost může být odlišná, a to může mít fatální dopad na společnost.

## **Vypovězení smlouvy z pronájmu**

Fungování společnosti v pronajatých prostorech s sebou nese vždy jistá rizika, neboť se smlouvy sjednávají většinou na dobu určitou a po této může majitel objektu mít například jiný záměr. Společnost Přístřešky-regály, s.r.o., bude mít kancelářské prostory taktéž pronajaty, ale majitelem objektu je sesterská společnost XY, což rizika de facto nuluje.

## ZÁVĚR

Základem úspěšného podnikání je mít dobrý nápad, organizační schopnosti, odhodlání a v neposlední řadě kvalitní informace. Cílem mé bakalářské práce bylo sestavení podnikatelského záměru společnosti Přístřešky-regály, s.r.o., která se bude věnovat výrobě přístřešků na automobily, přístřešků na palivové dřevo a skladovacích systémů z hliníkových slitin.

V teoretické části mé práce jsem podrobně rozebral problematiku sestavení podnikatelského záměru, věnoval jsem se vysvětlení pojmů souvisejících s podnikáním a založení nové korporace, dále jsem zmínil legislativu a způsoby financování společnosti.

Následovala Analytická část, ve které jsem zkoumal současný stav pomocí SLEPT analýzy, SWOT analýzy a Porterova modelu konkurenčních sil. Provedl jsem průzkum potencionálního trhu pomocí dotazníku pro fyzické osoby i právnické osoby.

V SLEPT analýze jsem zkoumal předpoklady pro založení nové společnosti. V rámci Sociálních faktorů jsem zkoumal zejména demografické faktory celého území České republiky, ze kterých jsem zjistil počet potencionálních zákazníků, tedy počet samostatně stojících rodinných domů. Dále jsem zhodnotil ekonomické faktory, ze kterých vyplynulo, které kraje jsou na území naší republiky ekonomicky nejsilnější a naopak, které patří k těm slabším. Vyhodnotil jsem technologické faktory naší nově zakládané společnosti, politické faktory, které ovlivňují podnikání v České republice a legislativu, kterou se každá korporace musí řídit.

SWOT analýza mi ukázala silné a slabé stránky společnosti i samotného projektu. Z výsledných parametrů vyplývá, že na trhu skutečně existuje velmi malá konkurence v námi zvoleném sortimentu a máme tedy příležitost tuto mezeru vyplnit, zejména díky dostatku silných stránek společnosti Přístřešky-regály, s.r.o.

Porterův model prozkoumal konkurenční prostředí, vyjednávací sílu dodavatelů i zákazníků a hrozbu nových konkurentů, kdy toto potvrdilo, že podmínky pro vstup naší společnosti na trh jsou skutečně pozitivní.

Závěrečná část mé práce, vlastní návrhy řešení, byla věnována samotnému podnikatelskému záměru a vycházela z provedených analýz i marketingového průzkumu.

Představil jsem zainteresované společnosti, nastínil jejich organizační struktury, popsal jsem jejich činnost a představil jsem vizualizace budoucích výrobků. Podrobně jsem se věnoval skladbě ceny hotových výrobků, rozebral jsem distribuční cesty i propagaci.

V rámci finančního plánu jsem zmínil veškeré náklady spojené s fungováním společnosti, představil jsem přehled možného financování pomocí bankovního úvěru, kterému jsem se po výběru konkrétního věnoval podrobně. Pomocí pesimistické, reálné a optimistické varianty jsem sestavil možné příjmy, výdaje a zisky společnosti v horizontu pěti let, které nám nastínilo možné fungování společnosti.

Cíle, které jsem si stanovil před začátkem práce, jsem dokázal uskutečnit. Bakalářskou prací jsem potvrdil, že námi zamýšlený projekt je životaschopný, fungování společnosti je reálné a do budoucna může přinášet solidní zisky.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

CHLEBOVSKÝ, Vít. *Marketing pro B-2-B trhy*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010. ISBN 9788021441293.

Dotace, financování. *BusinessInfo.cz* [online]. Praha: CzechTrade, 2012 [cit. 2017-05-23]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/podnikatelsky-plan-a-strategie-23349.html#!&chapter=1>

Investice: Makroekonomika. *Kurzy měn, akci, komodity, zákony, zaměstnání* [online]. Praha: Kurzy.cz, spol. s r.o., 2017 [cit. 2017-05-23]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/makroekonomika/hdp/>

KAŇOVSKÁ, Lucie a David SCHÜLLER. *Základy marketingu: studijní text pro bakalářské obory*. Vydání 2., přepracované. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2015. ISBN 9788021451070.

KAŇOVSKÁ, Lucie. *Základy marketingu*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2009. ISBN 9788021438385.

Kde je v Česku nejlepší ekonomické prostředí. *Hospodářská komora České republiky* [online]. Praha: Hospodářská komora, 2013 [cit. 2017-05-21]. Dostupné z: [http://www.komora.cz/hk-cr/hlavni-zpravy/art\\_23678/kde-je-v-cesku-nejlepsi-ekonomicke-prostredi.aspx](http://www.komora.cz/hk-cr/hlavni-zpravy/art_23678/kde-je-v-cesku-nejlepsi-ekonomicke-prostredi.aspx)

KISLINGEROVÁ, Eva. *Manažerské finance*. Praha: C.H. Beck, 2004. Beckova edice Ekonomie. ISBN 8071798029.

KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO. *Založení a řízení podniků: pro obor Podnikové finance a obchod: studijní text pro kombinované studium*. Brno: Zdeněk Novotný, 2003. Učební texty vysokých škol (Vysoké učení technické v Brně. Podnikatelská fakulta). ISBN 8021425105

KOTLER, Philip. *Marketing management*. 10. rozš. vyd. Praha: Grada, c2001. Profesionál. ISBN 8024700166.

Marketing and Human Resources Join Forces. *PR Newswire Europe Including UK Disclose* [online]. New York: PR Newswire Association, 2006, [cit. 2016-12-13].

Dostupné

z:

[http://search.proquest.com.ezproxy.lib.vutbr.cz/docview/357095275?rfr\\_id=info%3Axi%2Fsid%3Aprimo#center](http://search.proquest.com.ezproxy.lib.vutbr.cz/docview/357095275?rfr_id=info%3Axi%2Fsid%3Aprimo#center)

MARTINOVIČOVÁ, Dana a Jakub TABAS. *Nauka o podnikání*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2009. ISBN 9788021438514.

MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky: krok za krokem*. 1. vyd. Překlad Tomáš Juppá, Martin Machek. Praha: Grada, 2014, 208 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5316-4.

MELUZÍN, Tomáš a Václav MELUZÍN. *Základy ekonomiky podniku*. Vyd. 2., přeprac. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2007. ISBN 9788021434721.

*Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. Praha: Ústav územního rozvoje, 2015 [cit. 2017-05-21]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/getmedia/3fda1c6e-643f-45f3-9b1a-032d5dae9b7d/Bydleni-v-CR-v-cislech-\(zari-2015\).pdf](https://www.mmr.cz/getmedia/3fda1c6e-643f-45f3-9b1a-032d5dae9b7d/Bydleni-v-CR-v-cislech-(zari-2015).pdf)

Obyvatel České republiky přibylo. *Český statistický úřad* [online]. 2016 [cit. 2017-05-21]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/obyvatel-ceske-republiky-pribylo>

SMEJKAL, Vladimír a Karel RAIS. *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 9788024746449.

SMRČKA, Luboš. *Rodinné finance: ekonomická krize a krach optimismu*. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 9788074001994.

SOLOMON, Michael R., Greg W. MARSHALL a Elnora W. STUART. *Marketing očima světových marketing manažerů*. Brno: Computer Press, c2006. Business books (Computer Press). ISBN 802511273X.

SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. Praha: Grada, 2011, s. 194. ISBN 978-80-247-4103-1.

STOKES, David. *Small Business Management: An Active-Learning Approach*. 2nd Ed. London: DP Publications, 1995. ISBN 1858051894.

SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. Praha: Grada, 1996. ISBN 8071692115.

Techniky hodnocení investic. *Management Mania* [online]. Plzeň: ManagementMania, 2016 [cit. 2017-05-23]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/techniky-hodnoceni-investic>

VALACH, Josef. *Finanční řízení podniku*. Praha: Ekopress, c1997. ISBN 809019916X.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 9788024745206.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada, 2005. Expert (Grada). ISBN 8024710692.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník ze dne 1. ledna 2014

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání ze dne 15. listopadu 1991

Zákon č. 77/1997 Sb., o státním podniku ze dne 11. dubna 1997

Zákon č. 90/2012 Sb., obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) ze dne 22. března 2012

Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů ze dne 18. prosince 1992

Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty ze dne 23. dubna 2004

ZINECKER, Marek. *Finanční řízení podniku*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2006. ISBN 8021431504.

ZINECKER, Marek. *Základy financí podniku*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2008. ISBN 9788021437043.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ

- Hliníkový dutý profil čtvercového nebo obdélníkového průřezu

## SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Tázání odběratelů .....	50
Graf 2: Tázané firmy v první fázi .....	51
Graf 3: Tázané fyzické osoby v první fázi.....	51
Graf 4: Tázání odběratelů v druhé fázi dotazování.....	52
Graf 5: Tázané firmy v druhé fázi dotazování.....	53
Graf 6: Tázané fyzické osoby v druhé fázi dotazování .....	53

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: Produkt .....	33
Obr. 2: SLEPT analýza .....	38
Obr. 3: SWOT analýza.....	45
Obr. 4: Porterův model .....	47
Obr. 5: Jedno konzolový přístřešek pro automobil.....	58
Obr. 6: Dvou konzolový přístřešek pro automobil .....	58
Obr. 7: Přístřešek na skladování palivového dřeva .....	59
Obr. 8: Skladovací regál palivového dřeva.....	59
Obr. 9: Organizační struktura společnosti .....	62

## SEZNAM TABULEK

Tab. 1: Zdroje financování investičního projektu.....	25
Tab. 2: Výpočet potencionálních zákazníků v ČR .....	39
Tab. 3: Vývoj sazeb daně.....	41
Tab. 4: Vývoj sazeb DPH .....	41
Tab. 5: Makroekonomické ukazatele.....	42
Tab. 6: Stránky konkurenta.....	48
Tab. 7: Stránky konkurenta.....	48
Tab. 8: Stránky konkurenta.....	49
Tab. 9: Přehled základních hliníkových profilů.....	60
Tab. 10: Ceny za jednotlivé tloušťky profilů.....	60
Tab. 11: Přehled mzdy jednatele.....	62
Tab. 12: Přehled mzdy obchodního zástupce .....	63
Tab. 13: Přehled mzdy vedoucího výroby .....	63
Tab. 14: Přehled mezd zaměstnanců montážní skupiny .....	63
Tab. 15: Přehled nákladů na externí pracovníky .....	64
Tab. 16: Počáteční rozpočet firmy .....	65
Tab. 17: Zahajovací rozvaha.....	66
Tab. 18: Přehled jednotlivých možných úvěrů .....	66
Tab. 19: Zvolená varianta úvěru .....	67

Tab. 20: Splátkový kalendář .....	67
Tab. 21: Odpisy dlouhodobého majetku.....	68
Tab. 22: Předpokládané náklady za první měsíc .....	68
Tab. 23: Očekávané příjmy za první rok .....	69
Tab. 24: Očekávané příjmy za druhý rok .....	70
Tab. 25: Očekávané příjmy za třetí rok .....	70
Tab. 26: Předpokládané roční náklady .....	70
Tab. 27: První rok podnikání .....	71
Tab. 28: Druhý rok podnikání.....	71
Tab. 29: Třetí rok podnikání .....	71
Tab. 30: Zkrácená cash flow.....	72
Tab. 31: Údaje pro bod zvratu .....	72

## **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha č. 1: Splátkový kalendář

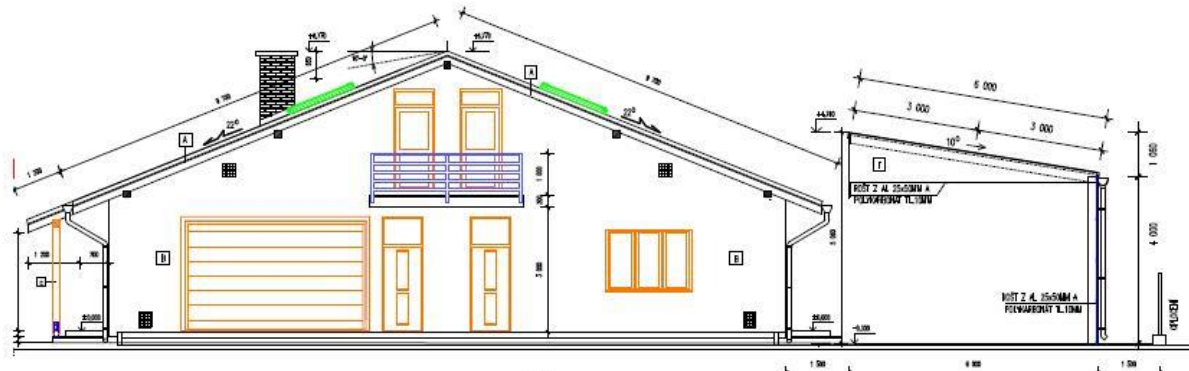
Příloha č. 2: Návrh realizace u rodinného domu

Příloha č. 3: Řez jedno konzolového přístřešku na automobily

Příloha č. 1: Splátkový kalendář

Splátka	Datum	Splátka úroků	Splátka jistiny	Nesplaceno	Anuita	Splátka
1	29.09.2017	2 715,53 Kč	12 570,66 Kč	647 429,34 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
2	01.11.2017	3 044,36 Kč	12 241,83 Kč	635 187,51 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
3	01.12.2017	2 800,12 Kč	12 486,07 Kč	622 701,44 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
4	01.01.2018	2 745,08 Kč	12 541,11 Kč	610 160,33 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
5	01.02.2018	2 689,79 Kč	12 596,40 Kč	597 563,93 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
6	01.03.2018	2 634,26 Kč	12 651,93 Kč	584 912,00 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
7	30.03.2018	2 492,54 Kč	12 793,65 Kč	572 118,35 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
8	01.05.2018	2 606,16 Kč	12 680,03 Kč	559 438,32 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
9	01.06.2018	2 466,19 Kč	12 820,00 Kč	546 618,32 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
10	29.06.2018	2 249,03 Kč	13 037,16 Kč	533 581,17 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
11	01.08.2018	2 509,02 Kč	12 777,17 Kč	520 804,00 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
12	31.08.2018	2 219,35 Kč	13 066,84 Kč	507 737,16 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
13	01.10.2018	2 312,88 Kč	12 973,30 Kč	494 763,85 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
14	01.11.2018	2 181,08 Kč	13 105,10 Kč	481 658,75 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
15	30.11.2018	2 052,54 Kč	13 233,65 Kč	468 425,09 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
16	01.01.2019	2 133,81 Kč	13 152,38 Kč	455 272,71 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
17	01.02.2019	2 006,99 Kč	13 279,19 Kč	441 993,52 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
18	01.03.2019	1 948,45 Kč	13 337,73 Kč	428 655,78 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
19	01.04.2019	1 889,66 Kč	13 396,53 Kč	415 259,25 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
20	01.05.2019	1 830,60 Kč	13 455,59 Kč	401 803,66 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
21	31.05.2019	1 712,24 Kč	13 573,95 Kč	388 229,72 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
22	01.07.2019	1 768,49 Kč	13 517,69 Kč	374 712,02 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
23	01.08.2019	1 651,86 Kč	13 634,33 Kč	361 077,69 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
24	30.08.2019	1 538,69 Kč	13 747,50 Kč	347 330,19 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
25	01.10.2019	1 582,19 Kč	13 704,00 Kč	333 626,19 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
26	01.11.2019	1 470,74 Kč	13 815,45 Kč	319 810,74 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
27	29.11.2019	1 315,84 Kč	13 970,34 Kč	305 840,39 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
28	01.01.2020	1 438,13 Kč	13 848,06 Kč	291 992,33 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
29	31.01.2020	1 244,29 Kč	14 041,90 Kč	277 950,44 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
30	28.02.2020	1 143,61 Kč	14 142,58 Kč	263 807,86 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
31	01.04.2020	1 279,25 Kč	14 006,94 Kč	249 800,92 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
32	01.05.2020	1 101,21 Kč	14 184,98 Kč	235 615,94 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
33	01.06.2020	1 038,67 Kč	14 247,51 Kč	221 368,42 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
34	01.07.2020	975,87 Kč	14 310,32 Kč	207 058,10 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
35	31.07.2020	882,36 Kč	14 403,83 Kč	192 654,27 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
36	01.09.2020	877,59 Kč	14 408,59 Kč	178 245,67 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
37	01.10.2020	785,77 Kč	14 500,42 Kč	163 745,25 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
38	30.10.2020	697,78 Kč	14 588,41 Kč	149 156,84 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
39	01.12.2020	679,45 Kč	14 606,74 Kč	134 550,11 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
40	01.01.2021	593,14 Kč	14 693,05 Kč	119 857,06 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
41	01.02.2021	528,37 Kč	14 757,82 Kč	105 099,24 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
42	01.03.2021	463,31 Kč	14 822,88 Kč	90 276,36 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
43	01.04.2021	397,97 Kč	14 888,22 Kč	75 388,14 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
44	30.04.2021	321,26 Kč	14 964,93 Kč	60 423,21 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
45	01.06.2021	275,24 Kč	15 010,94 Kč	45 412,27 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
46	01.07.2021	200,19 Kč	15 086,00 Kč	30 326,27 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
47	30.07.2021	129,23 Kč	15 156,96 Kč	15 169,32 Kč	15 286,19 Kč	15 286,19 Kč
48	01.09.2021	69,10 Kč	15 169,32 Kč	- Kč	15 286,19 Kč	15 238,42 Kč

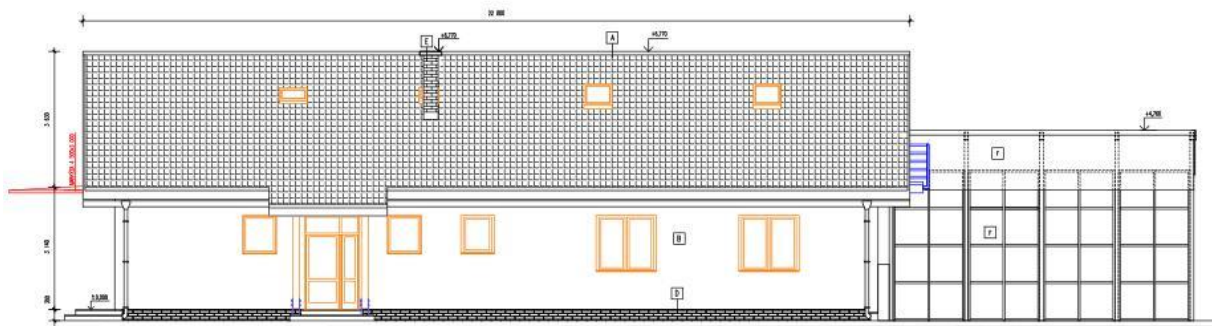
Příloha č. 2: Návrh realizace u rodinného domu



- LEGENDA:
- ☐ - PÁLENA TĚLA TĚLECH
  - ☐ - ŠAFRA KOPROKOPČEK
  - ☐ - ŠAFRA KAPALÁ PATELONÁ ŠAFRA
  - ☐ - ŠAFRA KAPALÁ PATELONÁ ŠAFRA
  - ☐ - ŠAFRA KAPALÁ PATELONÁ ŠAFRA
  - ☐ - ŠAFRA KAPALÁ PATELONÁ ŠAFRA
  - ☐ - POKRYTÍ TLUM

11.02.17

PROJEKTANT: ING. JIŘÍ KAPRÁK, PRŮM. STAV. ÚST. PRAHA	PROJEKT: PRŮM. STAV. ÚST. PRAHA
OBJEKT: STAVBA PŘÍSLUŠENSTVÍ S PŘÍSLUŠENSTVÍM	ROZSAH: 1:25
STAVBA: POKRYTÍ TLUM	STAVBA: POKRYTÍ TLUM
STAVBA: POKRYTÍ TLUM	STAVBA: POKRYTÍ TLUM



- LEGENDA:
- ☐ - PÁLENA TĚLA TĚLECH
  - ☐ - ŠAFRA KOPROKOPČEK
  - ☐ - ŠAFRA KAPALÁ PATELONÁ ŠAFRA
  - ☐ - ŠAFRA KAPALÁ PATELONÁ ŠAFRA
  - ☐ - ŠAFRA KAPALÁ PATELONÁ ŠAFRA
  - ☐ - ŠAFRA KAPALÁ PATELONÁ ŠAFRA
  - ☐ - POKRYTÍ TLUM

11.02.17

PROJEKTANT: ING. JIŘÍ KAPRÁK, PRŮM. STAV. ÚST. PRAHA	PROJEKT: PRŮM. STAV. ÚST. PRAHA
OBJEKT: STAVBA PŘÍSLUŠENSTVÍ S PŘÍSLUŠENSTVÍM	ROZSAH: 1:25
STAVBA: POKRYTÍ TLUM	STAVBA: POKRYTÍ TLUM
STAVBA: POKRYTÍ TLUM	STAVBA: POKRYTÍ TLUM

Příloha č. 3: Řez jedno konzolového přístřešku na automobily

