



**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**  
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ  
ÚSTAV FINANCÍ**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUT OF FINANCES

**PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR**  
BUSINESS PLAN

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**  
BACHELOR'S THESIS

**AUTOR PRÁCE**  
AUTHOR

**KATEŘINA ŠTĚPÁNKOVÁ**

**VEDOUCÍ PRÁCE**  
SUPERVISOR

**Ing. JAROSLAV ROMPOTL**

BRNO 2010

## **Abstrakt**

Bakalářská práce je zaměřena na návrh podnikatelského záměru, který bude využit pro realizaci projektu v oblasti stavebnictví. Práce vychází ze základních teoretických poznatků, po kterých následuje analýza tržního prostředí a konkurence. Nakonec je rozpracován kompletní postup pro možné a hladké rozjetí projektu včetně ekonomického vyhodnocení.

## **Abstact**

This bachelor thesis deal with the design of the business plan, which will be used for the project implementation in the field of construction. This thesis is based on the elementary knowledge which is then followed by the analysis of the market environment and competition. At the end the entire procedure with economic evaluation is processed for the smooth lunch of the project.

## **Klíčová slova**

podnikatelský záměr, lokalita, stavební projekt, zákazník

## **Keywords**

business plan, locality, building project, customer

## **Bibliografická citace této práce**

ŠTĚPÁNKOVÁ, K. *Podnikatelský záměr*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2010. 63 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Jaroslav Rompotl.

## **Čestné prohlášení**

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

V Brně dne 31. května 2010

.....  
Kateřina Štěpánková

## **Poděkování**

Ráda bych tímto poděkovala panu Ing. Jaroslavu Rompotlovi za odbornou pomoc a vstřícné vedení při vypracování této bakalářské práce.

# Obsah

<b>ÚVOD .....</b>	<b>10</b>
<b>1. VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE .....</b>	<b>12</b>
<b>2. TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 Popis právního prostředí.....</b>	<b>14</b>
2.1.1 Podnikání, podnikatel, smlouva o dílo - obch. zák.....	14
2.1.2 Živnost, subjekty a podmínky provozování živnosti - živn. zák...	15
<b>2.2 Plánování a strategie .....</b>	<b>15</b>
2.2.1 Plánovací proces. ....	16
2.2.2 Podnikatelské strategie. ....	16
<b>2.3 Podnikatelský plán .....</b>	<b>16</b>
2.3.1 Struktura podnikatelského plánu .....	17
2.3.2 Užitek podnikatelského plánu .....	17
<b>2.4 Analýza trhu .....</b>	<b>19</b>
2.4.1 SWOT analýza .....	19
2.4.2 SLEPT analýza.....	20
2.4.3 PORTERŮV model konkurenčních sil .....	20
2.4.4 4 P marketingového mixu .....	21
<b>2.5 Zdroje financování .....</b>	<b>23</b>
<b>3. ANALÝZA PROBLÉMU A SOUČASNÉ SITUACE .....</b>	<b>24</b>
<b>3.1 Popis podniku.....</b>	<b>24</b>
3.1.1 Základní údaje .....	24
3.1.2 Vize.....	26
<b>3.2 SWOT analýza.....</b>	<b>26</b>
<b>3.3 SLEPT analýza .....</b>	<b>28</b>
<b>3.4 PORTERŮV model konkurenčních sil .....</b>	<b>36</b>
<b>3.5 Zhodnocení současné situace .....</b>	<b>38</b>
<b>4. VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ, PŘÍNOS NÁVRHŮ ŘEŠENÍ..</b>	<b>40</b>
<b>4.1 Popis okolí a historie lokality.....</b>	<b>40</b>

<b>4.2</b>	<b>Výchozí situace projektu.....</b>	<b>41</b>
<b>4.3</b>	<b>Marketingové pojetí.....</b>	<b>43</b>
4.3.1	Základní údaje o místě výstavby .....	43
4.3.2	Popis řešení bytového domu.....	44
4.3.3	Způsob stanovení ceny bytů.....	45
4.3.4	Celková cena jednotlivých bytů.....	46
4.3.5	Distribuce .....	47
4.3.6	Propagace.....	48
<b>4.4</b>	<b>Operační plán výstavby bytového domu .....</b>	<b>48</b>
<b>4.5</b>	<b>Finanční plán projektu .....</b>	<b>49</b>
4.5.1	Kalkulace nákladů .....	49
4.5.2	Financování projektu .....	51
4.5.3	Kalkulace výnosů .....	52
4.5.4	Finanční toky nákladů a výnosů .....	53
<b>4.6</b>	<b>Rizika projektu .....</b>	<b>56</b>
<b>ZÁVĚR.....</b>		<b>57</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>		<b>59</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ .....</b>		<b>62</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>		<b>63</b>

## Úvod

Zaměřila jsem se v bakalářské práci na řešení problému v oblasti stavebnictví, konkrétně na výstavbu bytového domu. Tato oblast je a vždy bude široce sledována, protože se zvyšuje počet populace, mladí lidé i rodiny chtějí mít své životní zázemí – domov. Samozřejmě nejen tyto skupiny obyvatelstva.

S tímto úzce souvisí konkrétní finanční situace každého ekonomického subjektu, zvláště v dnešní ekonomické krizi. Domácnosti více šetří, méně investují do nemovitostí, snižuje se počet hypoték, a tudíž je těžší se na trhu v oblasti stavebnictví prosadit. V praxi to znamená, že banky opatrněji oceňují nemovitostí, omezují poskytování 100% hypoték nebo hypoték bez prokazování příjmů. „Rostou také nároky na bonitu klienta.“ [19]

Vzhledem k tomu že na trhu vystupuje vysoký počet firem specializujících se na oblast podnikání v oboru stavebnictví, kde se jedná většinou o velké společnosti, menší firmy a živnostníci se mohou ocitnout ve svízelné situaci. Ne-li přímo v takové situaci, kdy musí zastavit a ukončit podnikání. „Od roku 2000 objem stavební výroby rostl meziročně o 5–10 % (měřeno ve stálých cenách). Rok 2008 se v prvních třech čtvrtletích vyvíjel bezproblémově, v posledním čtvrtletí se růst výrazně zpomalil, což mělo dopad do celkového výsledku, meziroční vzrůst byl pouhých 0,6 %, nejmenší od roku 2000. Byl to neklamný signál, že ekonomická krize zasáhla stavebnictví.“ [19]

Projekt nazvaný „Hodnota bytů se vrací“ je tzv. know how firmy a řešením, kterým lze tuto nepříznivou situaci překlenout. Vznik tohoto projektu je založen na tom, že v dnešní době na trhu existuje velký počet bytů, které jsou nízké kvality nebo nově vybudované byty, jejichž cena je příliš vysoká. Nejedná se o klasickou výstavbu v tzv. sídlištní lokalitě. Firma postaví dvoupodlažní dům o zastavěné ploše 150 m<sup>2</sup>, jehož architektonické řešení bude vycházet z tvaru rodinného domu, ve kterém se budou nacházet 4 bytové jednotky. Dva byty typu 2+1, každý o výměře do 60 m<sup>2</sup> a dva byty 3+1 o výměře do 70 m<sup>2</sup>, vstupní hala o výměře do 20 m<sup>2</sup>. Dispoziční řešení tohoto domu bude: v prvním podlaží (přízemí) dva byty - jeden 2+1 a jeden 3+1 se vstupní halou s centrálním schodištěm, kterým se dostaneme do druhého podlaží (podkroví), kde bude obdobné dispoziční řešení jako v prvním podlaží. Byty situované v přízemí

budou mít jakoby navíc terasu a byty v podkroví větší balkon. Toto je netypické pro klasické „panelákové“ byty se standardní cenou na trhu.

Dalším speciálním znakem tohoto projektu je to, že se jedná o nízkoenergetickou stavbu v energetické třídě B+, což znamená nadstandardní izolaci obvodových stěn, podlah a stropů. Topení v objektu bude řešeno kondenzačními plynovými kotly – s tím, že pro každou bytovou jednotku je jeden kotel, takto dojde i k regulaci pro každou bytovou jednotku samostatně. Tyto byty se bude snažit prodat na trhu – viz. cíle práce.

# 1 Vymezení problému a cíle práce

Ve své podstatě lze říci, že se jedná o developerskou činnost firmy, i když firma přímo developerskou není. Za developerský projekt je považována výstavba nemovitosti za účelem prodeje, popř. pronájmu. Podnikatelský záměr poslouží tedy jako předmět, kterým se tato realizace nedostane pouze „na papír“, ale za daných podmínek se stane skutečností. Náročnost developerského projektu nesmí být nijak opomíjena. Základním předpokladem pro dosažení podnikatelského úspěchu je kvalitní příprava těchto projektů. Mezi prvky developerské činnosti lze počítat jak přípravu, tak i skutečnou realizaci projektu. Sestává z těchto dílčích činností – nalezení vhodné lokality, architektonické podoby bytového domu, různá povolení (stavební), propagaci projektu, samotnou výstavbu a konečný investiční prodej.

Typické pro developerské projekty je to, že bývají zatíženy vysokými náklady. Na povrch, ve fázi přípravy projektu, vyplouvá otázka: Jak bude firma projekt financovat? Nabízí se odpověď ve formě vlastních zdrojů (ovšem ty jsou omezeny jak velikostí podnikatelské jednotky, tak jejím způsobem hospodaření s „volnými“ peněžními prostředky) a nejčastěji volená forma financování v podobě bankovního úvěru. Posuzování banky, zda projekt financovat nebo ne, bude odvislé právě na zpracování podnikatelského záměru.

**Hlavním cílem** je zpracovat podnikatelský záměr (podnikatelský plán) a zjistit možnosti realizace tohoto projektu a s tím spojený prodej čtyř bytových jednotek – z tohoto plyne určitá míra zajištění zisku pro podnikatele. Podnikatelský plán bude zpracován pro již existující podnik. Podnikatelský plán bude sestaven tak, aby byl využitelný pro dva základní účely:

- zejména k vnitřní potřebě podniku *pro majitele* (primární úloha na základě níž, se projekt uskuteční nebo neuskuteční),
- a *pro investory*, tedy pro získání úvěru v bance (sekundární úloha).

Tento podnikatelský záměr je základním bodem, díky kterému proběhne výstavba domu se čtyřmi byty v lokalitě Pardubického kraje (konkrétně obec Břehy), která se z pohledu firmy jeví investičně zajímavou.

Jako podpůrný prostředek i v propagaci projektu poslouží dotazník (s variantou jak prodeje, tak pronájmu bytů) v rámci mého osobního průzkumu trhu před započítím výstavby, kdy oslovím 70 obyvatel z oblasti Břehů a přilehlého okolí (správní obvod Přelouč). V prezentaci projektu nastíním průběh výstavby, financování, konečnou cenu (koupě bytu x nájem bytu) a budu zjišťovat, jak by přistupovali k této možnosti bydlení a jestli by měli zájem o tuto nabídku.

K rozhodnutí jakou variantu (prodej x pronájem) vybrat poslouží data z dotazníku, která vyhodnotím.

V části analýzy současné situace představím a popíši firmu, která mi tento projekt zadala. Mezi metody, které pomohou upřesnit situaci, zda je vůbec možné projekt přivést k úspěšné realizaci patří SWOT analýza (zjišťují schopnosti firmy pro daný projekt), SLEPT analýza (bere v úvahu okolí ze všech možných aspektů, ve kterém se firma pohybuje), analýza konkurence, 4 P marketingového mixu (viz kapitola 3). Nakonec zhodnotím situaci z celkového pohledu.

Poslední část podnikatelského záměru klade největší důraz na výběr lokality, zabývá se popisem místa výstavby, způsobem stanovení ceny + celkové nabídkové ceny za byty, propagací projektu, kalkulací nákladů a výnosů. Dále zvolením bankovního úvěru (úroková sazba) a průběhem čerpání úvěru.

Na konci uvádím zhodnocení nákladů s výnosy = dosažení určité výše zisku a určení doby návratnosti vložené investice do projektu a přihlížím k možným rizikům.

V závěrečné kapitole vyhodnotím projekt výstavby jako celek.

## 2 Teoretická východiska práce

Tato kapitola je základním stavebním kamenem pro následující popsané kapitoly bakalářské práce.

### 2.1 *Popis právního prostředí*

Dle obsahu se teoretická část se zabývá popisem právního prostředí, které obsahuje oblasti vymezení pojmů dle zákona - podnikání, podnikatele, smlouvy o dílo, dotace a charakteristiky živnosti, subjektu a podmínek provozování živnosti. Vycházím z možnosti použít obecné zákonitosti - obchodní zákoník a živnostenský zákon.

#### 2.1.1 **Podnikání, podnikatel, smlouva o dílo – obchodní zákoník**

"**Podnikáním** se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.

**Podnikatelem** podle tohoto zákona je:

- a. osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- b. osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- c. osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- d. osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.“ [25]

„**Smlouvou o dílo** se zavazuje zhotovitel k provedení určitého díla a objednatel se zavazuje k zaplacení ceny za jeho provedení.

Dílem se rozumí zhotovení určité věci, pokud nespadá pod kupní smlouvu, montáž určité věci, její údržba, provedení dohodnuté opravy nebo úpravy určité věci nebo hmotně zachycený výsledek jiné činnosti. Dílem se rozumí vždy zhotovení, montáž, údržba, oprava nebo úprava stavby nebo její části.

Cena musí být ve smlouvě dohodnuta nebo v ní musí být alespoň stanoven způsob jejího určení, ledaže z jednání o uzavření smlouvy vyplývá vůle stran uzavřít smlouvu i bez tohoto určení.“ [25]

### **2.1.2 Živnost, subjekty a podmínky provozování živnosti – živnostenský zákon**

"Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem stanovení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.

Živnost může provozovat fyzická nebo právnická osoba, splní-li podmínky stanovené tímto zákonem (dále jen „podnikatel“); státní povolení k provozování živnosti (dále jen „koncese“) se vyžaduje jen v případech vymezených tímto zákonem.

Všeobecnými podmínkami provozování živnosti fyzickými osobami, pokud tento zákon nestanoví jinak, jsou:

- a) dosažení věku 18 let,
- b) způsobilost k právním úkonům,
- c) bezúhonnost.“ [24]

## **2.2 Plánování a strategie**

Plánování a strategie jsou oblasti, se kterými se všichni potýkáme dnes a denně, aniž bychom si toto přímo uvědomovali. Plánování obecně se pojí s podnikáním ve všech jeho stádiích. Je potřebné při začátcích podnikání, tj. při rozjezdu podniku, v průběhu reálného života i při poklesu (pádu) nebo prodeji podniku – toto je důležité pro majitele firmy; dále při uvádění výrobku na trh, v období získávání peněz – pro manažery firmy a v neposlední řadě v období přípravy úvěru a investice – pro investory.

Obecná podnikatelská strategie poskytuje informace k tomu, jak organizovat podnikání (rozmístit zdroje), jak konkurovat k udržení zákazníků na cílových trzích (dosahovat cílů), jak se postavit konkurentům a ostatním vnějším faktorům, které znamenají pro podnikání hrozby. [9]

### **2.2.1 Plánovací proces**

„Plánovací proces sestává ze tří stupňů:

1. Porozumění, kde jsme.
2. Rozhodnutí, kam chceme jít.
3. Plánování, jak se tam dostaneme.

Plánovací proces tedy vychází z osobních cílů podnikatele a z cílů podniku.“ [9]

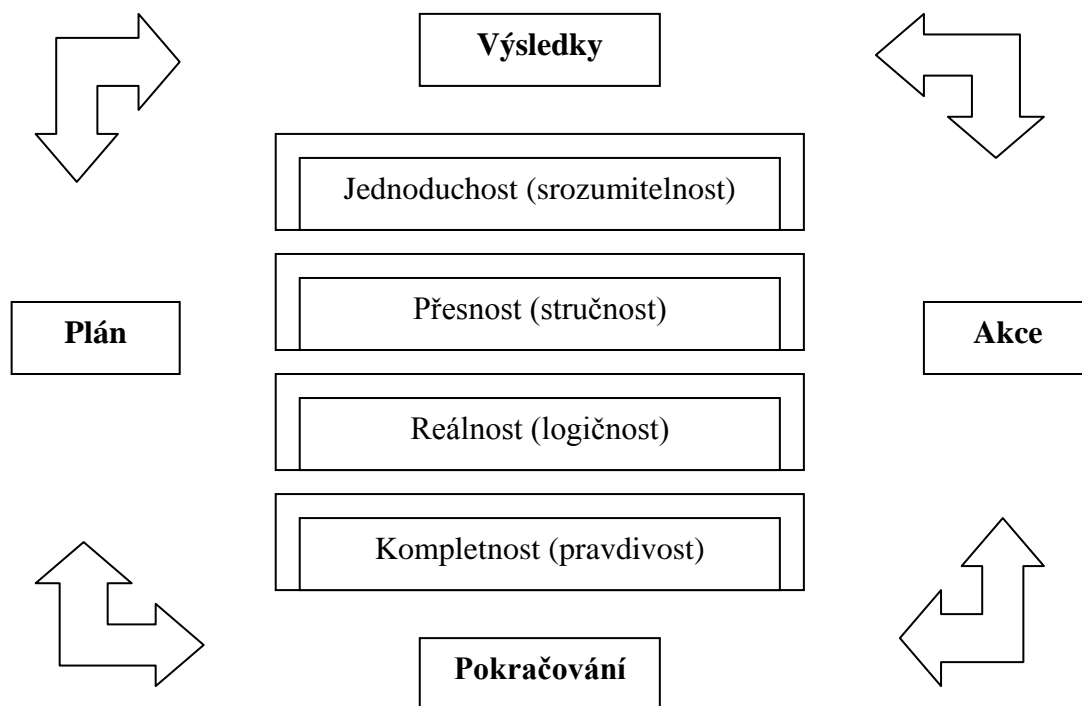
### **2.2.2 Podnikatelské strategie**

Na základě plánování stanovíme podnikatelskou strategii, kterou se budeme řídit po celou dobu sestavování podnikatelského záměru. „Strategie je tedy program, jak řídit podnikové zdroje (lidské materiální/technické a finanční) k dosažení zisku.“ [9]

## **2.3 Podnikatelský plán**

„Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější i vnitřní faktory související se založením i chodem podniku“ [9]. Jeho struktura je pro každou firmu individuální a samozřejmě má i odlišný obsah, ale měla by obsahovat tyto základní body: titulní stranu, exekutivní souhrn, analýzu trhu, popis podniku, výrobní plán, marketingový plán, organizační plán, hodnocení rizik, finanční plán, přílohy. „Přesvědčivý a věrohodný podnikatelský plán je považován za první krok k podnikatelskému úspěchu, protože neslouží jen jako nástroj řízení podnikatelských aktivit, ale je také základním dokumentem pro potenciální poskytovatele kapitálu.“ [16]

Dále je třeba chápat, že se i okolí podniku neustále mění, proto nebude podnikatelský plán platit delší dobu beze změny. Musíme ho tedy neustále upravovat a adaptovat vzhledem k měnícím se podmínkám. [5]



**Obr. 1: Podnikatelský plán**

### 2.3.1 Struktura podnikatelského plánu

„V literatuře se uvádí velké množství struktur podnikatelského plánu. Obsah podnikatelského plánu je pro každý podnik individuální záležitostí, některé atributy by však měl obsahovat každý podnikatelský plán, ať je vypracován pro jakýkoliv podnik a jakoukoli skupinu uživatelů. Při porovnání struktury plánů uváděných v literatuře se zkušenostmi z praxe můžeme říci, že podnikatelský plán se skládá z následujících základních částí:“ [9]

Titulní strana podává stručný výklad obsahu podnikatelského plánu.

Exekutivní souhrn se obvykle zpracovává až po sestavení celého podnikatelského plánu v rozsahu několika stránek. Pokud je zpracován pro investory, je jeho úkolem v maximální možné míře podnítit zájem potenciálních investorů. Je to v podstatě extrakt, stručné shrnutí nejdůležitějších aspektů podnikatelského plánu.

Analýza trhu neboli analýza konkurenčního prostředí, kde jsou zahrnuti všichni významní konkurenti včetně jejich slabých a silných stránek i možností, jak by mohli

negativně ovlivnit tržní úspěch podniku. Dále je třeba se zmínit o analýze zákazníků na základě segmentace trhu.

Popis podniku uvádí informace o velikosti a záběru podniku. Jeho popis obsahuje pouze doložitelná fakta, která se týkají jeho založení, různých úspěchů. Dále se v něm definuje strategie podniku a cíle a cesty k jejich dosažení.

Výrobní plán zachycuje celý výrobní proces. Popis potřebných strojů a zařízení, dále používané materiály a způsob jejich získání.

Finanční plán tvoří důležitou součást podnikatelského plánu. Určuje potřebné objemy investic a ukazuje, jak je ekonomicky reálný podnikatelský plán jako celek. Zabývá se třemi nejdůležitějšími oblastmi:

- Předpoklad příjmů a výdajů s výhledem alespoň na tři roky.
- Vývoj hotovostních toků (cash-flow) v těchto třech letech.
- Odhad rozvahy k určitému datu.

Hodnocení rizik, která mohou vyplynout z reakce konkurence. Je důležité připravit alternativní strategie pro jejich eliminaci; aby si byl podnikatel těchto rizik vědom a byl připraven jim v případě potřeby čelit.

Přílohy jsou informativní materiály nezačleněné do vlastního podnikatelského záměru. [9]

### 2.3.2 Užitek podnikatelského plánu

Na podnikatelském plánu jsou zainteresovány dva typy osob: **majitel**, který myslí hlavně na budoucnost podniku, růst podniku, plánování změn a potenciální **investor**, který hodlá vstoupit do podniku jako bankéř, který úvěruje podnik nebo rizikový **investor**, který má zájem na tom, aby získal své investované peníze zpět s patřičným ziskem. [9]

„Banku tedy bude zajímat v průběhu splatnosti půjčky, jak bude podnik schopen splácet jistinu i úroky.“ [10] Toto hledisko ostatní investory moc nezajímá. Investorům se jejich investice vrátí zpět teprve v momentě prodeje.

## 2.4 Analýza trhu

„Základním cílem každého projektu je buď využití určitých disponibilních zdrojů, nebo uspokojení existující či potenciální poptávky. V obou případech je však pro rozhodování o základních parametrech projektu (výrobní program, velikost výrobní jednotky aj.) i pro konečný úspěch tohoto projektu klíčovou aktivitou **analýza trhu**.

Pro strukturovanější provádění analýzy je běžné odlišit analýzy *vnitřních* a *vnějších* podmínek a využít některých doporučovaných analytických nástrojů (SWOT, SLEPT, Porterův model konkurenčních sil), případně vyjít z určitých precedentních příkladů či schémat. Tím lze kromě zajištění určité konzistence analýzy také snížit – nikoli však vyloučit – riziko opomenutí některého z významných faktorů s důsledkem pozdějšího znehodnocení vytvářeného plánu. Co se týče vhodnosti nebo použitelnosti konkrétních analytických nástrojů, je dobré mít na paměti jejich podpůrný charakter často svádějící k určitému „automatismu“ při provádění analýzy. Kromě zúžené využitelnosti nástrojů pro případ každého konkrétního podnikatelského záměru (typ produktu a trhu, typ a rozsah podnikání atd.) je dobré mít na paměti, že žádný nástroj, postup či metodika nemůže nahradit komplexnost lidského uvažování v souvislosti a podnikatelskou kreativitu.“ [9]

### 2.4.1 SWOT analýza

„Nejčastěji používaným nástrojem analýzy je tzv. **SWOT analýza**. Jde o obecný analytický rámec a postup, který identifikuje a posuzuje významnost faktorů z pohledu *silných* (Strengths) a *slabých* (Weaknesses) stránek zkoumaného objektu, tedy v našem případě samotného podnikatelského záměru a budoucího podniku, a dále z pohledu *příležitostí* (Opportunities) a *hrozeb* (Threats), kterým je nebo bude zkoumaný objekt, tedy náš podnik vystaven. Přitom je třeba si uvědomit, že:

- **Silné a slabé** stránky jsou v podstatě **interními** faktory, nad kterými máme určitou kontrolu a které samy o sobě můžeme ovlivňovat (například naše dobré nebo špatné manažerské schopnosti, jedinečnost nebo průměrnost našeho podniku);

- **Hrozby a příležitosti** jsou **externími** vlivy, které samy o sobě neovlivníme, pouze na ně můžeme v rovině přizpůsobení záměru, resp. chování podniku, tak či onak reagovat (například situace na trhu práce, silná nebo slabá konkurence, legislativa – typicky například daňová politika státu „pracovní“ právo).“ [9]

#### 2.4.2 SLEPT analýza

„Někdy též **PEST analýza** (s vynecháním „L“) je nástrojem charakteru postupu či rámce sloužícího k identifikaci a zkoumání **externích** faktorů. Zkratka má sice také svůj původ v anglických termínech vymezujících oblasti zájmu externí analýzy, avšak v tomto případě „sedí“ na zkratku i české termíny (SLEPT vymezení oblastí analýzy není pochopitelně přísně disjunktí (takže například otázka posouzení daní může být podnikatelem chápána jako legislativní nebo ekonomický faktor – v konečném důsledku to však vůbec není podstatné):

- **Sociální** oblast (trh práce, demografické ukazatele, vliv odborů, ale také míra a vnímání korupce, „krajové“ zvyklosti aj.);
- **Legislativní** oblast (zákony, jejich použitelnost a interpretovatelnost i „neprávníky“, práce soudů včetně rejstříkových soudů aj.);
- **Ekonomická** oblast (makroekonomické hospodářské ukazatele a předpoklady, přímé i nepřímé daně, jednotlivé tržní trendy, restrikce vývozu a dovozu, státní podpora aj.);
- **Politická** oblast (stabilita poměrů resp. státních a municipálních institucí, politické trendy a postoje k podnikání aj.);
- **Technologická** oblast (technologické trendy – typický vývoj a důsledky vývoje internetu, podpůrné technologie a aplikace a jejich dostupnost aj.)“ [9]

#### 2.4.3 Porterův model konkurenčních sil

„Jde o model, resp. rámec pro zkoumání konkurentů našeho podniku, ať již potenciálních nebo reálně existujících. Jakkoliv lze s tímto modelem pracovat v sofistikovanější podobě a zkoumat možné chování a síly konkurenčních subjektů,

bariér vstupů konkurenčního prostředí apod., pro účely tvorby podnikatelského plánu postačí vymezení pěti zobecněných oblastí, v nichž je třeba posuzovat hrozby ze strany existující a možný vznik budoucí konkurence našeho podniku. V zásadě jde o:

- **Vnitřní konkurenci**, tedy konkurenci v tomtéž typu či oblasti podnikání, v níž naše firma podniká nebo hodlá podnikat. Tedy zjednodušeně řečeno: pekař konkuruje pekaři (pekařem ovšem může být i řetězec nebo hypermarket s vlastní pekárnou), stavební firma stavební firmě, jazyková škola jazykové škole nebo dopravce dopravci, i když jejich specializace (stavební, jazyková nebo co se typu používaných dopravních prostředků týče) může konkurenční subjekty výrazně diferencovat.
- **Novou konkurenci**, tedy ty subjekty, které na náš trh vstupují nebo potenciálně hodlají vstoupit a konkurovat nám. Zjišťovat riziko tohoto druhu konkurence samozřejmě není jednoduché, lze většinou pouze odhadovat na základě vyhodnocení – tedy v našem případě opět pouze odhadu – charakteru trhu (atraktivnosti na trhu dosahovaného zisku, budoucího vývoje trhu, úrovně současné konkurence, bariér, tj. obtížnosti vstupu na tento trh z hlediska především zdrojů apod.).
- **Zpětnou integraci** v dodavatelském řetězci, která plyne z rizika zvýšení konkurence kvůli tomu, že náš existující či potenciální odběratel (odběratelé) se rozhodne zajišťovat si do budoucna námi doposud dodávané produkty či služby vlastními silami – tzv. **smluvní síla odběratelů a dodavatelů**“ [9]
- **Pod hrozbou substitučních výrobků** rozumíme výrobky, které se dokáží vzájemně funkčně nahradit. Jejich nebezpečí roste s výhodnějším poměrem kvalita – cena.

#### 2.4.4 4 P marketingového mixu

##### Definice marketingového mixu

„Philip Kotler a Gary Armstrong uvádějí v jedné z nejpoužívanějších učebnic marketingu *Marketing* (Grada Publishing 2004, překlad šestého vydání) následující definici marketingového mixu: "Marketingový mix je soubor taktických

marketingových nástrojů - výrokové, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu." (str. 105)

### ***Používání marketingového mixu***

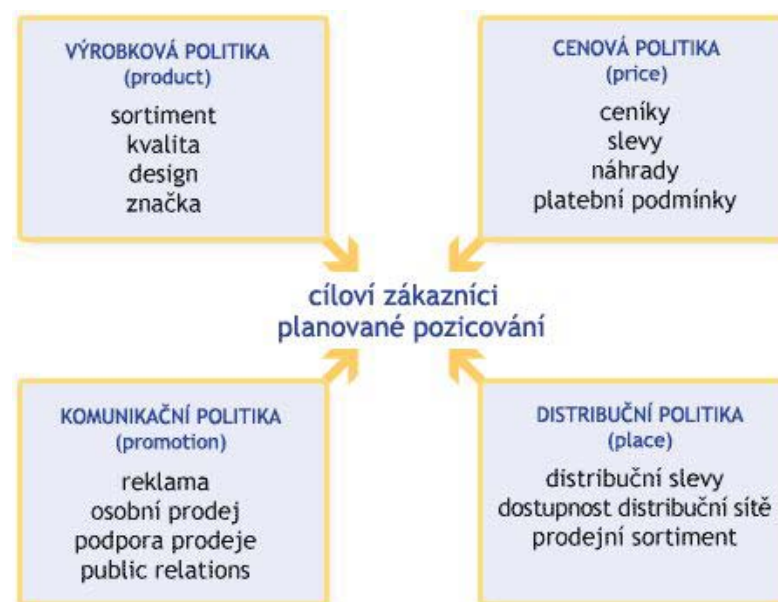
Marketingový mix představuje a konkretizuje všechny kroky, které organizace dělá, aby vzbudila poptávku po produktu (či v případě demarketingu ji snížila). Tyto kroky se rozdělují do čtyř proměnných:

**Produkt** označuje nejen samotný výrobek nebo službu (tzv. jádro produktu), ale také sortiment, kvalitu, design, obal, image výrobce, značku, záruky, služby a další faktory, které z pohledu spotřebitele rozhodují o tom, jak produkt uspokojí jeho očekávání.

**Cena** je hodnota vyjádřená v penězích, za kterou se produkt prodává. Zahrnuje i slevy, termíny a podmínky placení, náhrady nebo možnosti úvěru.

**Místo** uvádí, kde a jak se bude produkt prodáván, včetně distribučních cest, dostupnosti distribuční sítě, prodejního sortimentu, zásobování a dopravy.

**Propagace** říká, jak se spotřebitelé o produktu dozví (od přímého prodeje přes public relations, reklamu a podporu prodeje).“ [15]



**Obr. 2 Marketingový mix**

## 2.5 Zdroje financování

Zdroje pro financování projektu můžeme rozdělit na vlastní a cizí.

**Vlastní zdroje financování** představují výši vkladů firmy do podnikání (vlastní příjmy) a výsledků podnikání vytvořených podnikatelskou aktivitou minulých let a ponechanou (zadržanou) firmou k rozvoji dalšího podnikání, zejména k investování. Vlastní příjmy jsou trvalým a tím i dlouhodobým zdrojem financování. Dlouhodobý charakter má i část cizích zdrojů financování.

**Cizí zdroje financování** představují výši závazků firmy vůči dalším osobám mimo firmu, které se na jeho podnikání podílejí. Jedná se zejména o dodavatele, banky, ale i stát, individuální investory a další osoby, které firmě zapůjčily peníze na určitou předem stanovenou dobu. Cizí zdroje financování jsou pro podnikatelský subjekt důležité k zabezpečení jeho dalšího růstu. Úspěch podniku vyjádřený jeho růstem je možné dosáhnout rychleji s využitím půjčených peněz, než by byl podnik schopen dosáhnout pouze při financování vlastními zdroji, tj. z vlastních příjmů a výsledku podnikání. [9]

### 3 Analýza problému a současné situace

V této další části práce Vás seznámím se současnou podobou firmy (základním popisem, vizí do budoucna) z pohledu analýz jako jsou SWOT, SLEPT, finanční analýzy, dále z hlediska Porterova modelu konkurenčních sil a nakonec celkově zhodnotím současnou situaci firmy na trhu.

#### 3.1 Popis podniku

Nastínění základního popisu a vize do budoucna je potřebná k úspěšnému dokončení a realizaci projektu.

##### 3.1.1 Základní údaje

**Obchodní firma – Roman Jedlička**

**Právní forma** – fyzická osoba podnikající dle živnostenského zákona nezapsaná v obchodním rejstříku

**Živnostenské oprávnění** – živnost ohlašovací vázaná

**Datum vzniku živnost. oprávnění** – 12.03.2007 na dobu neurčitou

**Odpovědný zástupce** – Ing. Lubomír Plaček

**IČO: 46521101**

**Sídlem firmy** je bydliště majitele firmy – Dlouhá 113, 535 01 Břehy u Přelouče, okres Pardubice

**Institucionální sektor** – ostatní osoby samostatně výdělečně činné

**Činnosti dle OKEČ** – stavebnictví

**Činnosti dle CZ-NACE** – specializované stavební činnosti

**Počet zaměstnanců** - firma nezaměstnává v současné době žádné zaměstnance

[18]

Firma působí na trhu cca 3 roky, zabývá se dle živnostenského listu majitele firmy prováděním staveb, jejich změn a odstraňováním, dřívější činností byla silniční nákladní doprava. Tyto stavby se obvykle provádí v rozloze do 150 m<sup>2</sup> zastavěné plochy. Firma vede pouze daňovou evidenci (tudíž vykazuje pouze příjmy a výdaje).

**Mezi certifikáty firmy** patří certifikáty na použití sádrokartonů, sádrokartonářské a izolační práce, fasádní a zateplovací práce, systémy na provádění litých anhydritových podlah, rozvody topení, atd. Firma prošla různými školeními, např. střešní krytiny BRAMACK nebo zdící systémy YTONG.

Vzhledem k tomu, že firma je firmou živnostníka, tzn. že majitel si veškeré práce dělá sám – kromě účetnictví (daní), proto pro obtížněji časově zvladatelné akce najímá další živnostníky z oboru.

**Stávající projekty (domy)** byly vystavěny v lokalitě Přelouč a okolí Pardubic (jeden z rodinných domů byl vystavěn přímo v obci Břehy) v průměru vždy jeden dům za rok. Jednalo se o 3 zcela nové domy o rozloze do 150 m<sup>2</sup> a jeden dům byl zcela rekonstruován. Jakých výsledků při výstavbách a rekonstrukci rodinných domů firma dosáhla vypovídá Tab. 1: Přehled obratu firmy – viz níže. Financování těchto domů probíhalo přímo zájemci prostřednictvím smlouvy o dílo. Firma se pouze zaváže v této smlouvě, že k určitému dni budou stavební práce hotovy. Finanční prostředky na výstavbu se naopak zavazuje platit v určených termínech zájemce (vlastník) rodinného domu.

Bytová výstavba je pro firmu novou příležitostí prosadit se na trhu. Využije zkušeností s výstavbou rodinných domů. Financování projektu je ale pojato pro firmu novou formou - v podobě úvěru. Mohlo by se zdát, že se objevil první z problémů, ovšem při dobré spolupráci s bankou a dostatečnými informacemi, které banka zajisté ráda poskytne, se ale ve skutečnosti o žádný problém nejedná.

#### Obrat za jednotlivé roky podnikání

<b>Přehled obratu firmy</b>			
<b>rok</b>	<b>obrat (v Kč)</b>	<b>zisk (v Kč)</b>	<b>akce</b>
2007	3.842.000	980.520	výstavba rodinného domu
2008	4.125.000	1.160.000	výstavba rodinného domu
2009	6.342.500	2.560.000	výstavba rodinného domu + rekonstrukce

**Tab. 1: Přehled obratu firmy**

### 3.1.2 Vize do budoucna

V případě že by se tento projekt úspěšně ujal na trhu a eventuálně by vzrostl zájem o byty, jak už v lokalitě Břehy, tak i v okolí Přelouče, chtěl by majitel firmy nadále skupovat pozemky a na nich tyto „bytové domy“ stavět. S tímto ovšem souvisí spousta dalších přehodnocení stávající firmy, co se týče např. právní formy. Zda by nebylo lepší založit společnost s ručením omezeným, výběr společníka, popřípadě společníků (dalších živnostníků) nebo přímé spojení s již existující společností této právní formy.

Posouzení přijetí zaměstnanců s výučním listem v oboru stavebnictví, zednictví, klempířství, obkladačství, tesařství, zámečnictví a propočtů odpovídajících nákladů (jejich logické zvýšení).

Druhou možností je rozšíření do tzv. oblasti VIP-zóny, která je v Pardubicích, příp. výstavba ve větších městech. Možné nalezení nových lokalit pomocí větší reklamy, základem je dobré jméno firmy, popř. doporučení známých nebo minulých zákazníků.

## 3.2 SWOT analýza

Protože připravujeme podnikatelský plán firmy téměř v počátku (3 roky na trhu) jejího podnikání a nemá za sebou téměř žádnou historii, můžeme popsat silné a slabé stránky a příležitosti a hrozby pouze v několika oblastech, které jsou nám známy a které dokážeme náležitě a správně ohodnotit.

#### **Silné stránky:**

- zkušenosti s vyjednáváním se zákazníky (vedoucí k jejich spokojenosti)
- nízké náklady v průběhu stavby – obvykle všechny práce obstará sám majitel
- zkušenosti s vedením malého kolektivu (občasné najmutí pomocných sil)
- zkušenosti s dotačními tituly (v souvislosti s bytovou politikou)
- schopnost plánovat
- schopnost široké variability ve stavebních pracích (dle nároků a přání zákazníka)

- velká flexibilita malé firmy
- dobré umístění firmy – nové nezastavěné plochy nedaleko sídla firmy

#### **Slabé stránky:**

- relativně nová firma na trhu
- k propagaci využívá zatím tzv. dobrých známostí a rodinných známých
- omezené množství finančních zdrojů
- tzv. větší zakázky získají velké známé firmy (není dosaženo pravidelnosti nebo opakujících se činností=výstaveb)
- v případě onemocnění majitele firmy dochází ke stagnování prací a jejich následným zpožděním (hrozba nedodržení stanovených termínů)

#### **Příležitosti:**

- zlepšující se podpora podnikání
- dotace z evropských fondů
- konkurenceschopnost z důvodu nízkých nákladů
- růst HDP, životní úrovně
- v blízkosti firmy další stavební pozemky
- rozšíření do tzv. VIP zón

#### **Hrozby:**

- vysoká nákladnost nových certifikátů
- omezení legislativou (stavební zákon), zvýšení sazeb jednotlivých daní
- silná konkurence
- možnost odstoupení od smlouvy

### 3.3 SLEPT analýza

V této kapitole popíšeme a zhodnotíme sociální, legislativní, ekonomické a technologické faktory vnějšího prostředí, které mají vliv na stávající firmu (lokalitou je Pardubický kraj).

#### Sociální faktory

Zaměříme se na trh práce (zejména míra nezaměstnanosti a výši mezd) a dále využijeme možnosti porovnání s průzkumy prováděnými specializovanými firmami, které se týkají světové krize, ekonomické situace domácností a očekávání a vyhlídek do budoucna.

#### Míra nezaměstnanosti

Obecná míra nezaměstnanosti je podle Českého statistického úřadu počítána jako podíl počtu nezaměstnaných na celkové pracovní síle (v procentech).

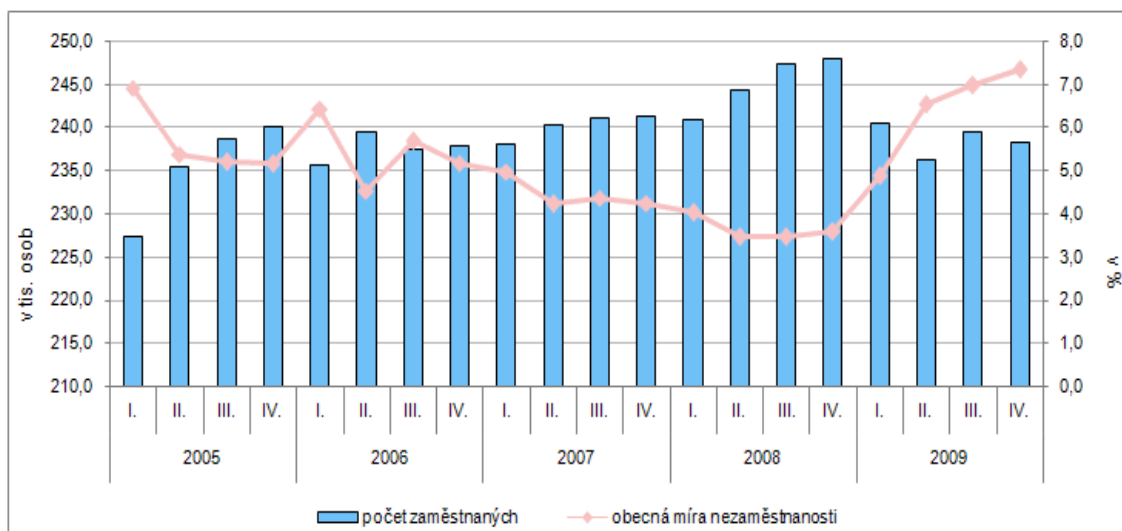
**Počet nezaměstnaných** v Pardubickém kraji se ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku více než zdvojnásobil. V posledním čtvrtletí roku 2008 bylo bez práce 9,2 tisíc osob, o rok později jich bylo 18,9 tisíc (meziroční nárůst o 104,9 %).

Celkovou **pracovní sílu**, tedy osoby 15leté a starší, které splňují požadavky na zařazení mezi zaměstnané a nezaměstnané, představovalo v kraji 257,0 tisíc osob (o 0,2 tisíce méně než ve stejném období předchozího roku).

**Obecná míra nezaměstnanosti** (počítána podle metodiky Mezinárodní organizace práce ILO jako podíl počtu nezaměstnaných na celkové pracovní síle) dosáhla ve čtvrtém čtvrtletí roku 2009 v kraji 7,3 % a meziročně tak vzrostla o 3,8 procentního bodu. U mužů míra nezaměstnanosti stoupla během roku o 4,0 p.b. na 5,9 %, u žen o 3,4 p.b. na 9,1 %.

Podíl počtu zaměstnaných a nezaměstnaných k počtu všech osob starších 15 let, tedy **míra ekonomické aktivity**, byl v kraji 58,2 % (u mužů 66,4 %, u žen 50,3 %).

## Zaměstnaní a obecná míra nezaměstnanosti v Pardubickém kraji v letech 2005 - 2009



**Graf 1: Zaměstnanost a obecná míra nezaměstnanosti**

Negativní vývoj nezaměstnanosti se během roku 2009 projevil v každé věkové i vzdělanostní skupině.

Nejvíce osob bez práce přibýlo oproti poslednímu čtvrtletí roku 2008 ve věkových skupinách 30 až 34 a 35 až 44 let (o 168,5 %, resp. o 133,7 %), které tvořily téměř 40 % všech nezaměstnaných. Nejméně vzrostl počet nezaměstnaných ve věku 25 až 29 let (o 43,9 %).

Nejvyšší nárůst počtu nezaměstnaných nastal meziročně u osob se základním vzděláním (o 142,2 %), nejnižší naopak u osob s dokončenou střední školou bez maturity (o 87,3 %). [27]

### Průměrná a minimální mzda

**Průměrná mzda** loni v ČR vzrostla o 2 210 Kč na 25 752 Kč. Oproti předchozímu roku tak byla vyšší o 5,2 % (nominální) a 4,8 % (reálná). Ve 4. čtvrtletí 2009 vzrostla průměrná hrubá měsíční nominální mzda na přepočtené počty zaměstnanců v celém národním hospodářství o 5,2 % proti stejnému období předchozího roku, reálná mzda vzrostla o 4,8 %. Tento relativně vysoký růst byl však ovlivněn strukturálními vlivy, zejména propouštěním zaměstnanců s nižšími mzdami a poklesem nemocnosti, a vyplácením akumulovaných mimořádných odměn v důsledku

legislativních změn. Objem mezd poklesl o 2,0 %, počet zaměstnanců se snížil o 6,8 %.  
[17]

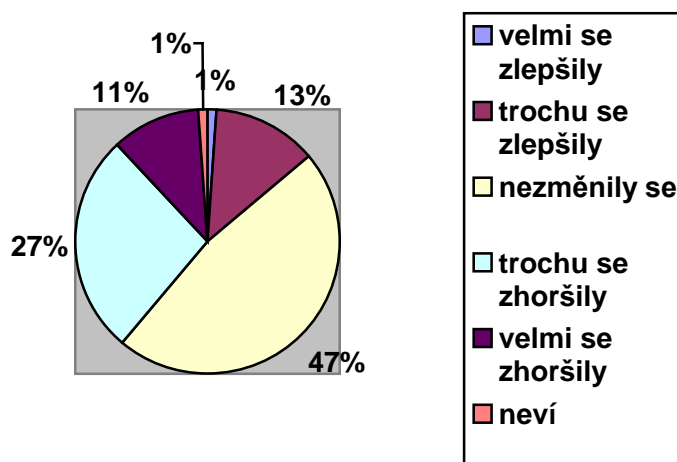
Okres Pardubice se dlouhodobě řadí k oblastem ČR s vůbec nejnižší průměrnou mzdou. Průměrná mzda v tomto okrese v roce 2009 dosahovala výše 20 297 Kč, což je 78,8 % průměrné mzdy republikové úrovně. [1]

**Minimální mzda** se nezměnila již od ledna 2007 činí 8 000 Kč. [3]

### Světová krize

V rámci prosincového (roku 2009) výzkumu agentury CVVM problematiky světové finanční a ekonomické krize, která, jak je stále zřejmější, velmi výrazně zasáhla i Českou republiku, byly zjišťovány subjektivně nahlížené změny materiálních životních podmínek domácností.

47 % dotázaných se domnívá, že se vývoj krize nezměnil, 14 % je přesvědčeno o zlepšení situace a 38 % potvrzuje zhoršení situace. Zbývající 1 % neumí situaci posoudit. [2]

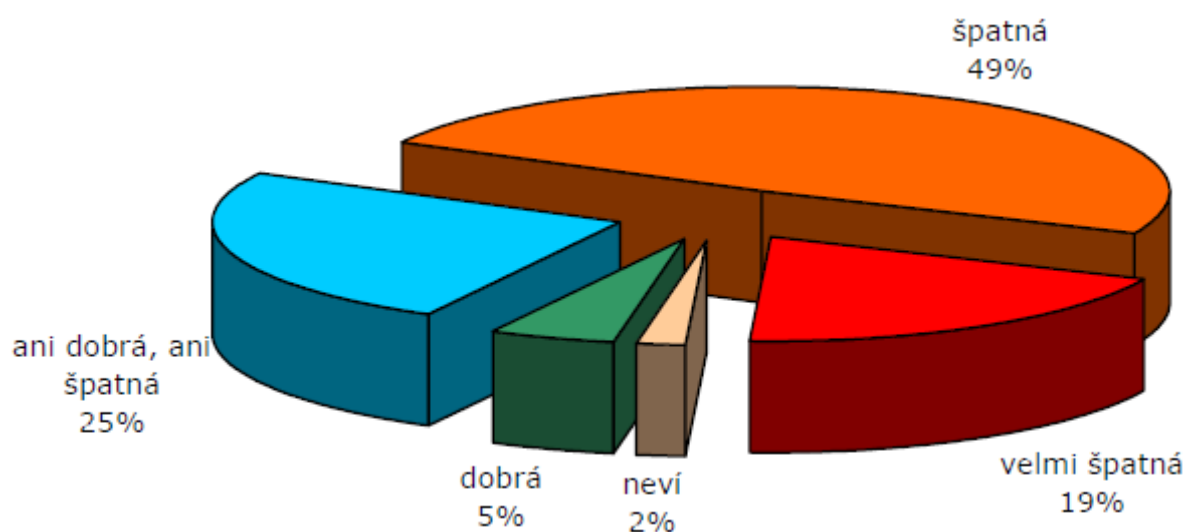


**Graf 2: Názory na vývoj finanční krize**

### Ekonomická situace

V lednu tohoto roku proběhl další průzkum agentury CVVM, kdy byly předloženy respondentům otázky týkající se ekonomické situace České republiky.

Přesvědčivá většina oslovených občanů hodnotí současnou ekonomickou situaci České republiky negativně (49 % ji považuje za špatnou a 19 % pak za velmi špatnou). Čtvrtině účastníků výzkumu se ekonomická situace nejeví ani jako špatná, ani jako dobrá. Pouze pět dotázaných ze sta považuje aktuální ekonomickou situaci za dobrou (viz graf 1). [20]

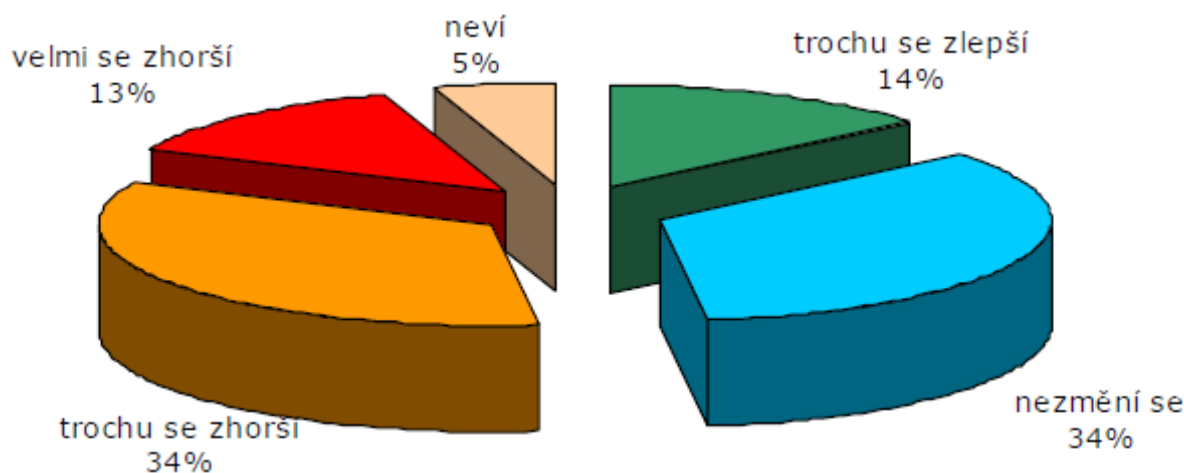


**Graf 3: Hodnocení současné ekonomické situace v ČR**

### Výhledy do budoucna

V prosinci roku 2009 šetření CVVM zjišťovalo, jak dotázaní hodnotí své vlastní vyhlídky do budoucna. Mezi respondenty, kteří se přiznali k nějakým obavám, byla nejčastěji zmiňována obava ze ztráty zaměstnání (41 %), nemoci (38 %) a poklesu životní úrovně (23%).

Také ve výhledech do budoucna převažuje pesimismus. Téměř polovina dotázaných (47 %) se domnívá, že ekonomická situace České republiky se v průběhu roku 2010 zhorší. Přibližná třetina dotázaných (34 %) nevidí budoucnost tak černě a domnívá se, že se situace nezmění. Skupinka optimistů čítala v souboru 14 % (viz obr. 3). [21]



**Graf 4: Očekávaný vývoj ekonomické situace v roce 2010**

### Legislativní faktory

Jedním z problémů v oblasti legislativy ČR je složitost právního řádu ve spojitosti s udržení podniku na trhu. Podnikání nepomáhají též ani časté změny legislativy (v nedávné době změny obchodního zákoníku, zákona o stavebnictví), které podnikatelům přináší problémy a také dochází ke zvýšení jejich nákladů.

Z pohledu firmy nelze opomenout změny v § 47 odst. 1 písm. a) a písm. b) zákona o dani z přidané hodnoty (z.č. 235/2004 Sb.), které znamenají od 1. 1. 2010 změnu snížené sazby daně z **9 % na 10 %** a základní sazby daně z **19 % na 20 %**. S jistotou se dá říci, že tato změna není hrozbou pro dokončení projektu, jelikož jde o menší projekt.

Dalším z problémů je soudnictví a vymahatelnost práva, i když v poslední době došlo k určitému pokroku v této oblasti (např. změna zákona o soudních exekutorech).

Negativně lze hodnotit i stávající politickou situaci, kdy v předešlém roce došlo k vyslovení nedůvěry vládě a byla ustanovena **úřednická (prozatímní) vláda**.

Naopak za výhodu, která plyne pro firmu je **osvobození od daně z převodu nemovitosti** zákona č. 357/1992 Sb. § 20 odst. 7 písm. b). „Od daně z převodu nemovitostí je osvobozen první úplatný převod nebo přechod vlastnictví k bytu v nové stavbě a k bytu, který vznikl nástavbou, přístavbou nebo stavební úpravou, provedenou

formou vestavby a byt nebyl doposud užíván, jde-li o převod bytu podle zvláštního právního předpisu.“ [26]

## **Ekonomické faktory**

Patří mezi nejdůležitější vnější faktory ovlivňující tržní prostředí a podnikání téměř všech firem. Tyto faktory zobrazují stav ekonomiky celé země. Hlavní faktory jsou míra inflace, úroková míra, hrubý domácí produkt a vývoj devizového kurzu. Rozšiřujícími faktory pak jsou dostupné finanční zdroje (bankovní systém, úvěry, dotace státu/EU) a výše jednotlivých daňových sazeb.

### Míra inflace

**Obecně inflace znamená** všeobecný růst cenové hladiny v čase. Statistické vyjadřování inflace vychází z měření čistých cenových změn pomocí indexů spotřebitelských cen.

**Míra inflace vyjádřená přírůstkem indexu spotřebitelských cen** ke stejnému měsíci předchozího roku vyjadřuje procentní změnu cenové hladiny ve vykazovaném měsíci daného roku proti stejnému měsíci předchozího roku. Jedná se tedy o dosaženou cenovou úroveň, která vylučuje sezónní vlivy tím, že se porovnávají vždy stejné měsíce.

**Průměrná meziroční míra inflace** v roce 2009 byla 1,0%. V předchozím roce (2008) byla její výše 6,3% a v roce 2007 činila 2,8%. **Průměrná čtvrtletní míra inflace** za měsíce leden, únor a březen roku 2010 je ve výši 0,7%. Takto velký pokles míry inflace je výsledkem ekonomické krize, proto se očekává v roce 2010 ve výši 0,9%. [14]

### Úroková míra

„Velikost úroku se obvykle vyjadřuje pomocí úrokové míry (sazby), která je procentním vyjádřením zvýšení půjčené částky za určité časové období.

**Úroková míra** se odvíjí od několika faktorů. Prvním je čistá úroková míra plynoucí z lidské preference nynější spotřeby před pozdější. Druhou složkou je riziková prémie. Čím vyšší je riziko nesplacení úvěru, tím více bude věřitel od dlužníka vyžadovat jako kompenzaci. Dále úroková míra roste vlivem inflace, přesněji

očekávané inflace. Kdykoliv věřitel předpokládá, že kupní síla peněz klesne nějakou měrou v uvažovaném období, bude žádat od věřitele vyšší sumu, aby tuto ztrátu nahradil (nominálně více je reálně stejně). Jestliže je půjčka poskytována zahraničnímu subjektu, je třeba zvážit také kurzové riziko.“ [22]

Posledním (nikoliv však svým významem) vlivem, který na velikost úrokových měr působí, je **centrální banka** a úroková míra, za kterou půjčuje prostředky komerčním bankovním domům nebo od nich přijímá volné peníze (2T repo sazba, diskontní sazba, lombardní sazba). [11]

<b>MĚNOVÉ POLITICKÉ NÁSTROJE ČNB - změny v roce 2009 (aktuálně platné sazby červeně)</b>			
	2T repo sazba (%)	diskontní sazba (%)	lombardní sazba (%)
6.2.2009	1,75	0,75	2,75
11.5.2009	1,50	0,50	2,50
7.8.2009	1,25	0,25	2,25
<b>17.12.2009</b>	<b>1,00</b>	<b>0,25</b>	<b>2,00</b>

**Tab. 2: Měnové nástroje**

Nejdůležitější sazbou pro komerční úvěry je 2T repo sazba. Její aktuální sazba je uvedena výše v Tab. 2: Měnové nástroje. Podle ekonomů se další snižování této sazby se nepředpokládá. Snižování všech těchto sazeb podporuje ekonomiku, zlevňuje peníze (úvěry) a zlepšuje podmínky i pro podnikatele.

### Hrubý domácí produkt

„**Hrubý domácí produkt (HDP**, v mezinárodních pramenech **GDP** z anglického Gross Domestic Product) je celková peněžní hodnota statků a služeb vytvořená za dané období na určitém území. Tento ukazatel se používá v makroekonomii pro určování výkonnosti ekonomiky států. Časovým obdobím bývá obvykle rok. V mezinárodních srovnáních se také používá HDP na obyvatele (HDP na hlavu).

Produkt je toková veličina (udává se v penězích za určité časové období). Na rozdíl od bohatství, které představuje stav, představuje produkt přírůstek bohatství.“ [7]

**Meziroční změna HDP (2009)** vyjadřuje pokles o 3,1 %, zatímco v předešlém roce se ještě jednalo o růst ve výši 3,5 % a v roce 2007 šlo dokonce o růst ve výši 6,5 %. Toto procentní snížení bylo způsobeno dolehnutím ekonomické krize na ČR. [12]

Poslední odhady Ministerstva financí ČR hovoří o nárůstu HDP v letošním roce o 1,5 %. [13]

### **Politické faktory**

Dlouhodobá nestabilita politické scény, jejíž prvopočátek byl v minulém roce způsoben vyslovením nedůvěry stávající vlády ČR, má podstatný vliv i na podnikatelské subjekty. Po letošních volbách, po kterých bude opět „krvácet“ státní pokladna, snad můžeme očekávat alespoň nějaký posun. Jestli ovšem usnadní politické strany život podnikatelům a živnostníkům, nebo jej naopak zatíží vyššími daněmi a narůstající byrokracií, toť otázka.

Většina politických stran se ve svých programech o podpoře podnikání příliš nezmiňuje, nebo jen obecně slibuje, že podnikatelské prostředí bude podporovat. Nejkonkrétnější program týkající se podnikatelů a živnostníků má prozatím pouze ODS (Občanská demokratická strana).

Za jediný problém, který by mohl projekt zkomplikovat, jak při jeho plánování, tak během realizace a dokončení, mohou být označeny právě změny legislativy, norem a další regulace.

### **Technologické faktory**

Dle mého podnikatelského záměru se technologické faktory týkají oblasti techniky a nových technologií, které při každém podnikání hrají významnou roli. Mezi

komunikační prostředky řadíme např. počítač, mobil, e-mail, fax, pomocí nichž lze taktéž projekt nabízet, popř. řešit bližší zájem nových zákazníků.

Vzhledem k tomu že lze říci, že k vybavení domácností v dnešní době patří počítač (internet), slouží taktéž jako velký reklamní prostředek za minimální náklady.

Nové technologie a materiály jsou vyhledávány především z hlediska úspory energií – např. zvyšování těsnosti vnitřních prostorů (tzv. rekuperace tepla). Dalšími možnostmi jsou alternativní zdroje energie mezi něž patří: sluneční energie (solární panely), energie větru (v našich klimatických podmínkách se ale využívá méně), energie vody (spíše využití pro obce), energie biomasy (kotle na spalování dřeva, vyplatí se v místech, kde je snadný přístup k tomuto palivu) a tepelné čerpadlo (pracuje na principu odběru tepla ze země, vzduchu, vody a pomocí podlahového vytápění vytápí daný prostor). Také převažuje zájem a ochota zákazníků o nízkoenergetické, pasivní a ekologické domy.

Ekologické bydlení neznamena pouze využití moderních technologií a alternativních zdrojů. Jedná se o harmonické sladění s okolím a stává se určitou životní filozofií a součástí životního stylu. Nové ekologické domy jsou obklopené přírodou a jsou citlivě zasazeny do okolního prostředí. S tím souvisí i využití volného času obyvatel těchto domů, které je nesrovnatelné s možnostmi bydlení v panelové zástavbě velkých sídlišť. [4]

### **3.4 PORTERŮV model konkurenčních sil**

V této části analýzy současné situace firmy se budeme zabývat analýzou současné i potenciální konkurence, smluvní silou odběratelů a dodavatelů a v neposlední řadě hrozbou substitutů.

#### Současná (stávající) konkurence

Podle struktury odvětví v Pardubickém kraji (správním obvodě Přelouč) – podílu ekonomických subjektů podle vybraných odvětví (zemědělství, myslivost, lesnictví a rybolov, průmysl, stavebnictví, obchod, opravy motorových vozidel a spotřebního zboží) existují na trhu desítky středních podniků, necelá stovka malých

podniků, stovky mikropodniků a tisíce podniků bez zaměstnanců. Nové podniky vznikají a další zanikají, i když se jejich počet v součtu nezměnil.

Za poslední tři roky (2006 – 2008) se pohybuje okolo 5.128 podniků, což je v úhrnu podílu ekonomických subjektů podle vybraných odvětví přibližně 65,5 %. Stavebnictví zaujímá z celkového počtu ekonomických subjektů přibližně 12,5 %, což představuje v posledním roce přibližně 1.042 podniků v této ekonomické oblasti. Většinou se jedná o živnostníky a o mikropodniky. Je logické, že tyto podniky nevykonávají stavební činnost pouze v tomto správním obvodě, protože by se všechny neuživily. Svoji činnost vykonávají po celé České republice s tím, že rozhodujícím faktorem je pro zákazníky cena. [23]

#### Nová (potenciální) konkurence

Stavební trh je sice legislativně omezen zákonem č. 183/2006 Sb. o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon), ovšem potenciálnímu staviteli stačí získat živnostenský list a podnikat např. v oboru provádění staveb, jejich změn a odstraňování, což je *ohlašovací živnost vázaná*. Tuto živnost může získat každý, kdo bude mít ustanoveného odpovědného zástupce. Proto je riziko potenciální konkurence velké, což dokládá i skutečnost, že mnoho živnostníků i mikropodniků neustále vzniká a zaniká.

#### Smluvní síla odběratelů

Zákazníků, kteří mají zájem o výstavbu rodinných i bytových domů je velmi mnoho a jejich spektrum je široké. Pro podnik živnostníka jsou koncovými zákazníky přímo jednotlivci (většinou rodiny - domácnosti) zajímající se o zlepšení úrovně svého bydlení zakoupením domu či bytu. Jejich silnou pozicí je možnost diktovat si jednotlivé změny ve výstavbě i změnám v interiéru, tyto už se mohou méně líbit staviteli, ovšem ve snaze uspokojit a neztratit zákazníka je schopen je akceptovat a přizpůsobit se jim.

#### Smluvní síla dodavatelů

Dodavatelé pro stavební a developerské podniky jsou především podniky obchodující s veškerým stavebním materiálem, který je na trhu mnoho. Smluvní síla dodavatelů tedy není veliká a lze mezi nimi vybírat (popř. dohodnout slevy).

### Hrozba substitutů

Z hlediska substitutů není hrozba příliš vysoká. Bytový dům můžeme pouze nahradit rodinným domem nebo tzv. „panelákovým sídlištěm“. Zákazníci by mohli dávat přednost před bytovým domem, rodinnému domu se zajímavým architektonickým řešením. Výhodou oproti starším rodinným domům je, že můžeme použít právě nové technologie, které budou mít samozřejmě vliv v konečném důsledku na kvalitu celé stavby a náklady projektu, taktéž později na dodatečné náklady na energie pro majitele (nájemce) bytu. Cena substitutu (starého rodinného domu, popř. panelákových sídlišť), kterých se vyskytuje ve správním obvodě Přelouče mnoho, pak nebude pro kupujícího (nájemce) přitažlivější, proto nelze předpokládat cenovou hrozbu.

### **3.5 Zhodnocení současné situace**

1) Z provedené SWOT analýzy firmy zjišťují, jaké silné a slabé stránky, hrozby a příležitosti ovlivňují realizaci projektu. Ze silných stránek vyplývá, že má firma dobré předpoklady k dokončení projektu, jelikož má zkušenosti v oboru a s problematikou s daným oborem spojenou. Její velkou výhodou je dobré umístění, protože v lokalitě se nachází nezastavěné plochy a možnosti investování finančních prostředků ke koupi pozemků. Dalším plusem jsou zkušenosti se zákazníky (z předchozích staveb rodinných domů byly reference zákazníků velmi dobré), firma si zakládá na spokojenosti svých zákazníků a je flexibilní v čase (výstavbu je schopna provádět i o víkendech, svátcích).

Z pohledu slabých stránek je největším problémem onemocnění živnostníka, protože může dojít ke stagnování prací a k jejich následným zpožděním, tudíž ke hrozbě nedodržení stanovených termínů. Další hrozbou, kterou nesmím opomenout je silná konkurence v oboru (neznamená, že když se v lokalitě nachází menší počet firem v oboru, nemohou přijít na trh a zhatit dlouhodobé plány firmy, jiné firmy z celé ČR) a také hrozí možnost odstoupení dosavadních zákazníků od smlouvy. Ovšem k výše uvedenému naopak vystupují v lepším světle příležitosti firmy v podobě větší konkurenceschopnosti z důvodu nízkých nákladů při výstavbě.

2) Ve SLEPT analýze se zaměřím na současný problém všech firem, kterým je světová ekonomická krize, protože i když HDP roste, tak je potřeba toto období překlenout a udržet se na trhu (především pro malé firmy, živnostníky a podnikatele). Této situaci nenahrává ani fakt, že politická situace v ČR je nestabilní a podnikatelům může přinést problémy. Dalším rizikem jsou změny legislativy, norem a regulací ze strany státu.

3) Konkurenci v oblasti správního obvodu Přelouče lze označit za střední, tudíž nevyvíjí velký tlak na případné přemístění firmy a hledání klientů v jiných krajích ČR. I přesto, že stavební trh je omezen legislativním zákonem (stavebním zákonem), je vstup do této oblasti podnikání téměř bezproblémový (na základě živnostenského listu). Odběratelé (domácnosti) zaujímají široké pásmo poptávky, tudíž si mohou klást různé požadavky, které nemusí vyhovovat stavební (developerské) firmě. V dané lokalitě je výběr dodavatelů veliký, a proto má firma možnost si vybrat (z pohledu finančních nákladů firmy, kvality dodávaných materiálů, spolehlivosti, dodržení předem dohodnutých časových termínů).

K výše popsané hrozbě substitutů bych se chtěla zmínit o tom, že v této lokalitě není trendem výstavba „panelových domů“, což je pro stávající projekt výstavby bytového domu obrovskou výhodou. Z pohledu přírodního prostředí (nedaleké lesy a blízký rybník) a obyvatel obce se domnívám, že tento trend se do rázu krajiny vůbec nehodí.

## 4 Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení

### 4.1 Popis okolí a historie lokality

„Správní obvod **Přelouč** tvoří severozápadní výběžek Pardubického kraje sousedící s obcemi Středočeského a Královéhradeckého kraje. Východní částí hraničí s Pardubickem a na jihu s Chrudimskem. Území Přeloučska se rozkládá na 25 722 hektarech a zaujímá 5,7 % rozlohy kraje. Počet obcí (42) je třetí nejvyšší po Chrudimsku a Pardubicku, hustota zalidnění 91,4 osob/km<sup>2</sup> nedosahuje krajského průměru. Ve dvou městech – Přelouči a Chvaleticích – žije polovina obyvatel správního obvodu. Správní území je dále členěno na dvě spádové oblasti pověřených obecních úřadů, jejichž sídla jsou v uvedených městech.

Region leží v úrodné polabské rovině, na jihozápadě je lemován podhůřím Železných hor. Přelouč patří k nejstarším lokalitám v kraji, první písemná zmínka o městě pochází již ze druhé poloviny 11. století. Cennou historickou památkou je kostel sv. Jakuba, náměstí je lemováno domy s podloubím, navštívit lze městské muzeum se zajímavými expozicemi. Na památku přeloučského rodáka herce Františka Filipovského byla založena tradice každoročního udílení cen za nejlepší dabing. Ke známým historickým památkám regionu patří dále barokní zámek v Cholticích, za národní kulturní památku byl v polovině 90. let vyhlášen areál hřebčína v Kladrubech nad Labem, který je proslulý chovem starošpanělských a staroitalských koní. V zámeckém areálu ve Zdechovicích mohou návštěvníci zhlédnout expozici Muzea českého venkova.“ [8]

**Obec Břehy** je druhou největší obcí Přeloučska s rozlohou 1 136 ha. V obci žije trvale 910 obyvatel. Obec Břehy je situována v polabské nížině s příjemným nížinným klimatem. Přibližně 1 km jižně od obce protéká významná vodní tepna řeka Labe. Severní okraj obce lemuje Opatovický kanál, vodní dílo ze 16. století z doby panování Perštýnů. Tento kanál poháněl mlýn na Výrově v severozápadní části obce. Ve mlýně byla za první republiky postavena hydroelektrárna, která je po rekonstrukci opět v provozu.

K historickým zajímavostem patří, že v č.p. 13 bydlel jeden z vynálezců ruchadla František Veverka. [6]

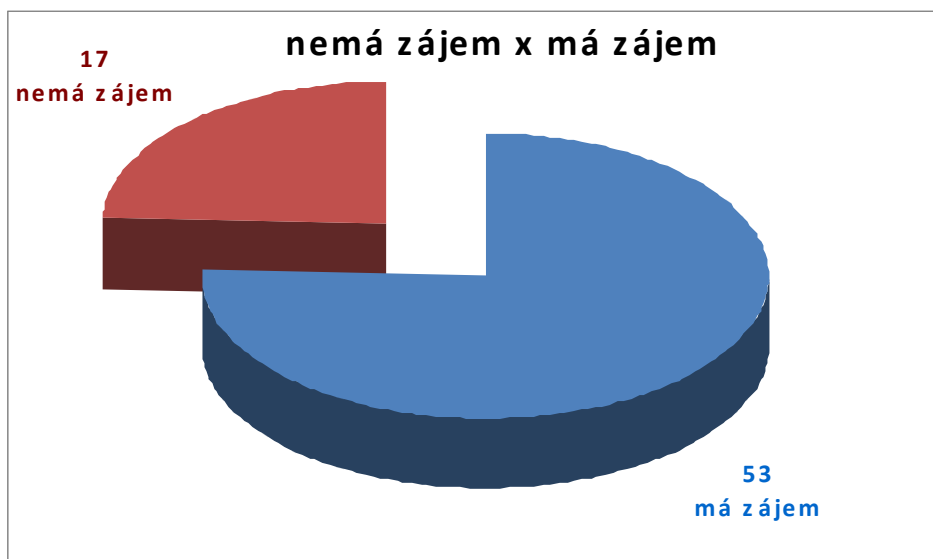
## 4.2 Výchozí situace projektu

Jako výchozí situaci projektu bytového domu označím to, že jsem se rozhodovala mezi dvěma variantami nabídky jednotlivých bytů. Varianta A) počítá s prodejem bytů po výstavbě bytového domu. Varianta B) naopak počítá s pronájmem bytů.

K rozhodnutí o tom, která z variant bude nejlepší mi posloužil dotazník, kdy jsem oslovila v průběhu měsíce prosince 2009 celkově 70 dotazovaných obyvatel správního obvodu Přelouče.

Pro firmu se mi jeví obě formy jako vhodné. U varianty A je výhodou, že finanční prostředky vložené firmou z vlastních a cizích zdrojů (bankovní úvěr) budou s dobou návratnosti přibližně 2 měsíce po dokončení výstavby (v závislosti na nabytí právní moci kolaudačního rozhodnutí). Následně mohou být zhodnocené příjmy (zisk) firmy použity pro další projekty výstavby bytových i rodinných domů. Naopak u varianty B vidím možnost, jak se firma může do budoucna zajistit formou přijímaných měsíčních plateb nájemného. Jedinou nevýhodou je, že doba návratnosti finančních prostředků vložených do projektu výstavby bude velice zdlouhavá (přibližně desítky let).

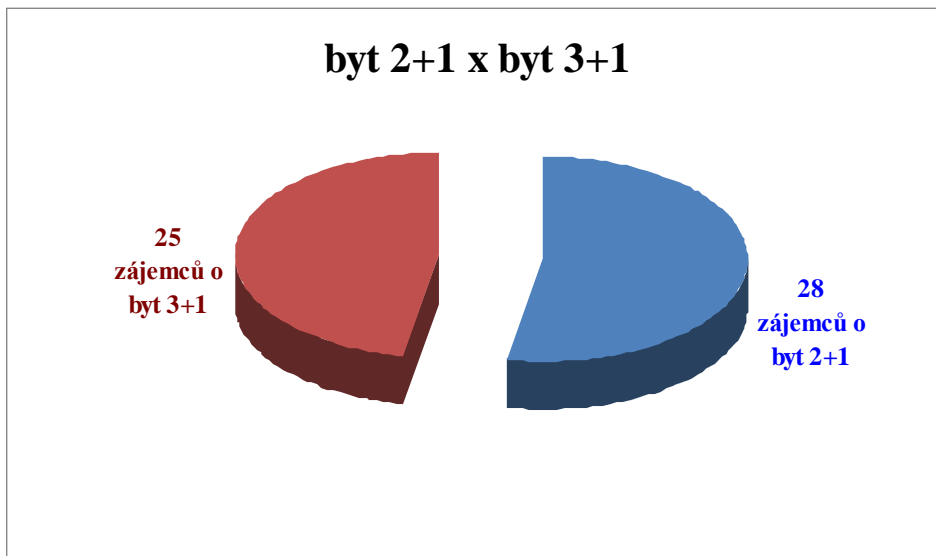
### 1) Otázka z dotazníku: Zaujala Vás výše popsaná nabídka firmy?



**Graf 5: Má zájem x nemá zájem**

Celkový počet dotazovaných byl 70. Z odpovědí vyplývá, že 75,7 % odpovídajících na tuto otázku by mělo zájem o tuto nabídku firmy a 24,3 % ne.

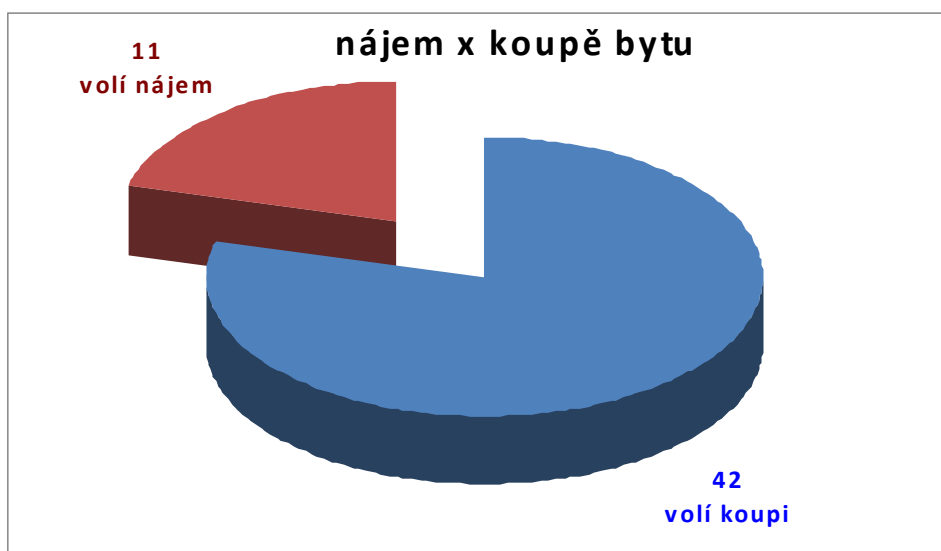
## 2) Otázka z dotazníku: Jaký typ bytu by Vás v současnosti oslovil?



**Graf 6: Byt 2+1 x byt 3+1**

Celkový počet dotazovaných byl 53. Z odpovědí vyplývá, že 52,8 % odpovídajících na tuto otázku by mělo zájem o byt typu 2+1 a 47,2 % o typ 3+1.

## 3) Otázka z dotazníku: Jakou variantu upřednostňujete?



**Graf 7: Nájem x koupě bytu**

Celkový počet dotazovaných byl 53. Z odpovědí vyplývá, že 79,2 % odpovídajících na tuto otázku by mělo zájem o variantu koupě bytu a 20,8 % naopak variantu nájmu.

Z dotazníků jsem pak tyto výstupní data vyhodnotila pod každým z uvedených grafů: graf 5) zájem (nezájem) o projekt výstavby bytového domu, graf 6) o jaký typ bytů je zájem (byt 2+1 nebo 3+1) a graf 7) kterou variantu volí, zda koupí bytu nebo nájme bytu.

**S přihlédnutím jak k firmě, tak k dotázaným případným zájemcům o byty jsem nakonec vybrala variantu A), o kterou byl ve vyhodnocení dotazníků největší zájem.** Následující zpracování podnikatelského záměru výstavby bytového domu je tedy zaměřeno na variantu, že firma bude po výstavbě byty prodávat a možné zájemce bude oslovovat jak před výstavbou, tak v průběhu výstavby.

### ***4.3 Marketingové pojetí bytového domu***

Marketingové pojetí bylo navrženo dle 4P marketingového mixu. Nejdříve se zaměříme na popis polohy (Place), popis produktu (Produkt), stanovení ceny (Price) a v neposlední řadě na možnosti propagace (Promotion).

#### **4.3.1 Základní údaje o místě výstavby**

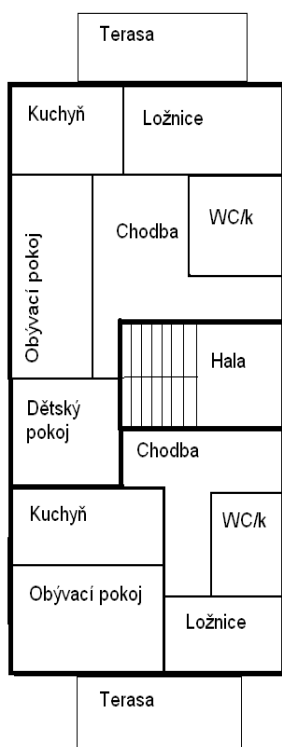
Bytový dům bude situován v lokalitě Břehy u Přelouče na pozemku, který vlastní společnost, proto nám nevzniká problém s koupí pozemku a šetříme tím i čas pro celý projekt. Jelikož je výběr lokality pro výstavbu důležitým okamžikem, který poté ovlivňuje prodejnost bytů v bytovém domě, bylo určité vybráno více než dobře pro obě strany. Majiteli společnosti nevznikají další náklady na dopravu a pro klienty především s dětmi je vyhovující klidné prostředí, stranou od každodenního „městského“ ruchu, shonu a stresu. Nedaleké lesy svádí k delším procházkám a příjemnému odpočinku nebo k rodinnému pikniku na rozlehlých lukách.

Sociální vybavenost je samozřejmě tímto omezena, přímo v Březích se nachází prodejna potravin a drogerie, 3 menší restaurace, základní škola pro I. stupeň, mateřská školka, sauna s občerstvením, autokemp Buňkov s rybníkem o rozloze 56 ha, nová ubytovna i pro vozíčkáře. Větší obchody, lékárny, další restaurace, základní školy, atd.

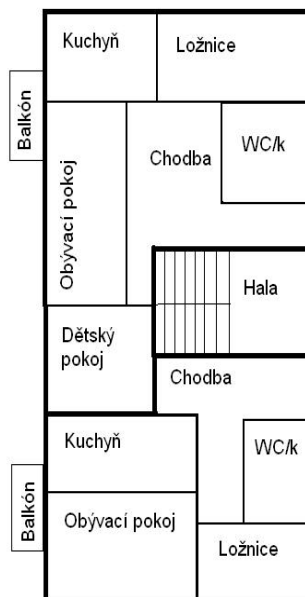
musíme hledat v nedaleké obci Přelouč, která je od Břehů vzdálena necelé 3 km, dopravu zajišťují též nově autobusové linky (přímé spoje Břehy – Přelouč).

### 4.3.2 Popis řešení bytového domu

Bytový dům zaujímá rozlohu o 150 m<sup>2</sup> a rozprostírá se na pozemku o 450 m<sup>2</sup>. Dům je dvoupodlažní, rozvržen tak, že v prvním podlaží se vybudují dva byty, jeden typu 2+1 o celkové ploše 60 m<sup>2</sup> s terasou o celkové ploše 40 m<sup>2</sup>, na kterou se bude vcházet z ložnice i z obývacího pokoje. Druhý byt typu 3+1 o celkové ploše 70 m<sup>2</sup>, taktéž s terasou řešenou stejně jako u typu 2+1 o celkové ploše 40 m<sup>2</sup>. Mezi oběma byty se bude nacházet vstupní hala o celkové ploše 20 m<sup>2</sup> se schodištěm vedoucím do druhého podlaží, ve kterém budou byty vybudovány tak jako v prvním podlaží. Celková plocha obou bytů zůstane stejná, jedinou výjimkou bude umístění balkónů namísto teras. Balkóny, oba o ploše 6 m<sup>2</sup>, poskytnou nádherný výhled na okolní krajinu (viz Obr. 3: První podlaží a Obr. 4: Druhé podlaží).. Součástí bytového domu jsou čtyři parkovací místa, chodníky, vlastní pozemek o výměře 450 m<sup>2</sup>.



**Obr. 3: První podlaží**



**Obr. 4: Druhé podlaží**

### **Charakteristika bytu 2+1**

Byt v prvním a druhém podlaží obsahuje 1) vstupové dveře vedoucí do větší chodby (15 m<sup>2</sup>), která zároveň slouží k uskladnění různých věcí (mohou být zabudovány vestavěné skříně, popř. šatna) – zájemci jsou na tuto možnost upozorněni; 2) menší okno v pravé části chodby. Z chodby vnitřními dveřmi vcházíme do 3) kuchyně (12 m<sup>2</sup>) – možnost jídelny; 4) velké okno v levé části kuchyně. 4) Do obývacího pokoje (17 m<sup>2</sup>) vcházíme taktéž z chodby (vnitřními dveřmi); výhled poskytují 5) 2 velká okna – 1. v levé části pokoje, 2. součástí 6) venkovních dveří vedoucích v případě prvního podlaží na 7) terasu (40 m<sup>2</sup>). Z terasy se můžeme pohodlně přesunout do 8) ložnice (10 m<sup>2</sup>) s výhledem, který poskytují 9) 2 okna – menší v pravé části ložnice a větší je opět součástí 10) venkovních dveří. 11) Přílehlé WC s koupelnou (vstup vnitřními dveřmi; 6 m<sup>2</sup>); obsahuje 12) menší okno, 13) WC, 14) sprchový kout, 15) vana – a doplňuje celkový výčet místností. V případě druhého podlaží vcházíme 16) balkónovými dveřmi z obývacího pokoje 17) na balkón (6 m<sup>2</sup>), který skýtá příjemné posezení především v letních dnech. **Celková užitková plocha 60 m<sup>2</sup>.**

### **Charakteristika bytu 3+1**

Je řešena obdobně jako výše uvedená charakteristika bytu 2+1 s výjimkou jedné místnosti - 18) dětským pokojem (10 m<sup>2</sup>); v levé části pokoje je umístěno 19) velké okno. Na terasu se vchází z ložnice a kuchyně. **Celková užitková plocha 70 m<sup>2</sup>.**

#### **4.3.3 Způsob stanovení ceny bytů**

Cena je tvořena v oblasti výstavby vztahem nabídky a poptávky, ovšem největší závislost je na tržní situaci. Proto jsem si pohlédla ceny konkurence a s přihlédnutím k tomuto faktoru stanovila cenu.

Cena jednotlivých bytů byla stanovena na základě vlastního šetření správního obvodu Přebouč, kdy se u typu bytu 2+1 objevovaly ceny v rozmezí od 1 055 000,- Kč do 1 600 000,- Kč vč. DPH. Rozmezí celkové plochy tohoto typu bytu se pohybovalo od 50 m<sup>2</sup> do 60 m<sup>2</sup>. Z výpočtu pak vycházela průměrná cena za 1 m<sup>2</sup> plochy na 23 564,- Kč (bez DPH).

Dále jsem vzala v potaz přímo průměrnou cenu podle obce Břehy, která je ve výši 20 000,- Kč/m<sup>2</sup> (bez DPH).

Aby vzrostl zájem o tuto nabídku, která si zakládá na nízkých cenách, byla konečná průměrná cena stanovena na 20 000,- Kč/m<sup>2</sup>. Cena bytu typu 2+1 (vč. části společných prostor) byla určena na 1 300 000,- Kč bez DPH. S připočtením 10% sazby DPH je výsledná cena ve výši 1 430 000,- Kč.

U bytu typu 3+1 bylo zjišťováno stejným způsobem. Ceny se objevovaly v rozmezí od 1 290 000,- Kč do 1 800 000,- Kč vč. DPH. Rozmezí celkové plochy tohoto typu bytu se pohybovalo od 60 m<sup>2</sup> do 70 m<sup>2</sup>. Z výpočtu pak vycházela průměrná cena za 1 m<sup>2</sup> plochy na 24 585,- Kč (bez DPH).

Obdobně byla vzata v potaz průměrná cena podle obce Břehy, a tak byla určena stejná průměrná cena ve výši 20 000,- Kč/m<sup>2</sup> jako u typu bytu 2+1. Cena bytu typu 3+1 (vč. části společných prostor) byla určena na 1 500 000,- Kč bez DPH. S připočtením 10% sazby DPH je výsledná cena ve výši 1 650 000,- Kč.

#### 4.3.4 Celková cena

V následující tabulce uvádím **přehled cen bytů pro zájemce** podle jednotlivých typů bytů, s uvedením užité plochy, výměry pozemku a ceny za terasu nebo balkón. Prodejní ceny jsou uvedeny včetně daně z přidané hodnoty v 10 % sazbě. Při stanovení ceny jsem vycházela z nákladového pojetí ceny a dosažení zisku firmy.

	byt		pozemek		terasa/balkón	cena celkem za byt + pozemek + terasa/balkón	cena celkem za byt + pozemek + terasa/balkón vč. DPH
	typ bytu	celková užitiná plocha (m <sup>2</sup> )	cena za m <sup>2</sup>	výměra (m <sup>2</sup> )	40 m <sup>2</sup> /6 m <sup>2</sup>		
1	2+1	60	750,- Kč	112,5	30 000,- Kč	1 414 375,- Kč	1 544 375,- Kč
2	3+1	70	750,- Kč	112,5	240 000,- Kč	1 824 375,- Kč	1 974 375,- Kč

**Tab. 3: Přehled cen bytů pro zájemce**

Prodejní cena jednotlivého typu bytu zahrnuje kompletní stavbu bytu (vč. společných prostor) spolu s přípojkami inženýrských sítí, dále přístupové chodníky a samotný pozemek.

Pokud se znovu podíváme na stanovení ceny jednotlivých typů bytu je zřejmé, že stanovené ceny jsou velmi nízké vzhledem ke srovnání s konkurencí.

Dalším speciálním znakem bytového domu jako celku i bytů samotných je to, že se jedná o nízkoenergetickou stavbu v energetické třídě B+, což znamená nadstandardní izolaci obvodových a vnitřních stěn, podlah a stropů. Firma nabízí větší standard, než konkurence za srovnatelnou cenu.

#### 4.3.5 Distribuce

Distribuce je založena v první řadě na formu **osobního prodeje**, kterou bude zajišťovat společnost vlastními silami. Vzhledem k tomu, že se jedná o menší výstavbu, jeví se tento způsob prodeje jako nejvýhodnější z mnoha pohledů, než kdybychom se obrátili přímo na realitní kancelář, jejichž chování vůči klientům bývá mnohdy neetické a ceny zbytečně nadsazené.

Zajišťovatel prodeje bude informován o projektu tak, aby v případě jakýchkoli změn při zjištění zájmu ze strany klienta, mohl projednat případné změny a vyhovět požadavkům i v případě nadstandardního vybavení, které nebude součástí projektu. Případné navržené změny budou následně projednávány.

Náklady na distribuci budou výhradně v režii společnosti, jelikož se jí vyplatí tento způsob. Výnosnost celého projektu je ovlivněna náklady na dobrou distribuci.

Za další vhodný distribuční kanál v případě prodeje bytů přichází taktéž v úvahu banka. Dobrá spolupráce banky a společnosti je k nezaplacení. Formou prostředníka nám zajistí a ovlivní jak prodejnost, tak i rychlost při vyřizování všech možných náležitostí souvisejících s prodejem. Banka může také nabídnout výhodné podmínky pro úvěry našim potenciálním zákazníkům, pomoci jim s výběrem odpovídajícího hypotečního úvěru a dovést prodej bytů „do konce“.

#### **4.3.6 Propagace**

Forma propagace je úzce spojena s distribucí. Jak již bylo uvedeno výše – společnost se zaměří na formu osobního prodeje / osobní nabídky formy nájmu.

V dnešní době je nejkvalitnější formou šíření propagace reklama. Do ní budeme počítat rádio, místní rozhlas, noviny, letáky a jako nejdůležitější z pohledu společnosti byl označen dotazník (nachází se v přílohách – Příloha č.1). Tyto formy reklamy se budou navzájem mísit a působit souběžně vedle sebe způsobem vedoucím k prosazení projektu a úspěšnému prodeji.

#### **4.4 Operační plán výstavby bytového domu**

Zahájení výstavby bude předcházet období 2 – 3 měsíců, během kterých společnost připraví projekty pro územní rozhodnutí a stavební povolení. V době, kdy bude schvalována žádost o stavební povolení se projektuje realizační projekt. Následují případné požadavky stavebního úřadu. Jelikož vlastní pozemek, na kterém bude realizována výstavba tohoto bytového domu, nemusí počítat s dalším obdobím několika měsíců pro jeho hledání a nákup. Pozemek pouze připraví a proběhnou přípravné práce (oplocení, vysekání stromů). Během výstavby provede připojení k inženýrským sítím. V tomto období proběhne jednání s klienty o podpisu smlouvy o budoucí kupní smlouvě na byt. Činnosti v této fázi projektu musí být velice pečlivě zorganizovány a dobře sladěny, aby byly společností dodrženy všechny podmínky nutné pro čerpání úvěru.

Z pohledu finančního bude celková doba „developerského“ projektu tvořit časový úsek od prosince 2009 do května 2011, což představuje 18 měsíců.

Výstavba potrvá vč. vnitřních interiérů 12 měsíců (realizační projektovou dokumentaci odhaduji na 1 měsíc) a bude dokončena v březnu 2011. Tato výstavba bude rozdělena do dvou etap. První etapa se bude týkat samotné výstavby bytového domu, která je naplánována na období od dubna 2010 do října 2010, která zahrnuje rozplánování jednotlivých druhů prací tak, aby betonování základové desky a ostatní

stavební práce neprobíhaly v zimních měsících a současně proběhla technologická přestávka kvůli teplotním dilatacím. Druhá etapa, týkající se úpravy vnitřních interiérů čtyř bytů, je naplánována v období od listopadu 2010 do března 2011, jelikož tyto jsou nenáročné na roční období. Dokončovací fáze projektu zahrnuje též vytvoření dvou teras u přízemních bytů současně spolu s vytvořením dvou balkónů u bytů v prvním patře, dále přístupových komunikací, chodníků, a v neposlední řadě parkovacích míst.

Financování projektu firmou bude probíhat z vlastních zdrojů z předešlé podnikatelské činnosti a čerpáním úvěru. K zaplacení tržní hodnoty bytů jednotlivými klienty dojde koncem května 2011, kdy společnost předpokládá nabytí právní moci kolaudačního rozhodnutí spojeného s možností převzetí bytů na základě kupní smlouvy. Po nabytí právní moci kolaudačního rozhodnutí, banka zruší zástavní právo k nemovitosti.

#### ***4.5 Finanční plán projektu***

Popsané kalkulace nákladů a výnosů viz níže vychází z předložených výpočtů firmou. S ohledem na možnost změn podle přání zájemců o koupi bytů se jedná pouze o předběžné náklady a výnosy, se kterými je pro tento projekt dále počítáno.

##### **4.5.1 Kalkulace nákladů**

Celkové náklady na projekt jsou součtem dílčích nákladů na přípravu pozemku ,na výstavbu bytových jednotek, projektovou dokumentaci a propagaci při realizaci projektu.

**1) Náklady na přípravu pozemku jsou 21.000,- Kč.** Práce proběhnou v únoru 2010.

**2) Náklady na projektovou dokumentaci ve výši 65.000,- Kč.**

**3) Náklady na výstavbu bytových jednotek jsou stanoveny na 3.827.000,- Kč.**

Tyto náklady se skládají z nákladů na základovou desku, tak kompletní stavby bytů v bytovém domě. V nákladech na stavbu nejsou zahrnuty náklady stavební společnosti, jelikož stavbu provádí sama firma, ale jsou do těchto nákladů dále zahrnuty mzdy 2 pracovníků, které si firma najme. Je zcela logické, že by práce na bytovém domě firma sama nezvládla. Dále obsahují náklady na přípojky, přístupy a inženýrské sítě na vlastním pozemku.

**4) Celkové realizační náklady projektu výstavby rodinného domu činí 3.913.000,- Kč.** Vznikají součtem jednotlivých skupin výše uvedených nákladů.

**5) Celkové náklady na projekt jsou ve výši 4.123.000,- Kč.** Tyto náklady se rozdělují na náklady na výstavbu bytového domu, které jsou rozděleny hrubou stavbu a interiérové práce bytového domu. S připočtením nákladů na realizaci projektu (jeho propagaci) v období od prosince 2009 do února 2010 jsou celkové náklady na projekt ve výši, jak je uvedeno shora. Financování výstavby projektu je rozděleno na vlastní příjmy – částka ve výši 824.600,- Kč (20% podíl na celkových nákladech) a cizí příjmy poskytnuté bankou ve formě úvěru – částka ve výši 3.298.400,- Kč (zbývajících 80% z celkových nákladů).

Z vlastních zdrojů bude financováno přibližně od prosince 2009 do poloviny měsíce května 2010. Z úvěru bude čerpáno od poloviny května 2010 do konce března 2011 (viz Tab. 5: Průběh čerpání úvěru).

<b>Období</b>	<b>Náklady (v Kč)</b>
Prosinec 2009	70 000
Leden 2010	70 000
Únor 2010	91 000
Březen 2010	65 000
Duben 2010	237 000
Květen 2010	550 000
Červen 2010	600 000
Červenec 2010	470 000
Srpen 2010	420 000
Září 2010	300 000
Říjen 2010	240 000
Listopad 2010	485 000
Prosinec 2010	75 000
Leden 2011	220 000
Únor 2011	50 000
Březen 2011	180 000
<b>Celkové náklady</b>	<b>4 123 000</b>

**Tab. 4: Kalkulace nákladů**

Pozn.: Všechny ceny jsou informativní, mohou se měnit dle výběru materiálu zákazníkem (zejména v interiérech).

#### **4.5.2 Financování projektu**

Pro zahájení čerpání úvěru je stanovena podmínka, že firma vloží do připravovaného projektu vlastní finanční prostředky a předloží protokol o stavu stavby. Po splnění těchto podmínek začne banka (Komerční banka) projekt financovat ze svých úvěrových zdrojů. Dál si firma s bankou v úvěrové smlouvě sjednala tyto podmínky: peněžní prostředky z úvěru může firma čerpat dvakrát v kalendářním měsíci (po předložení faktur) od dodavatelů stavebního materiálu; případné čerpání úvěru nad limit (ve smyslu nepředvídaných situací ze strany firmy) může být až do výše 1/10 z celkové částky čerpané úvěrem (tj. částka 329.840,- Kč).

S ohledem na výše uvedené požadavky úvěru byla stanovena úroková sazba ve výši 6 % p.a. a je počítáno, že úvěr bude splacen do dvou měsíců po dokončení výstavby bytového domu (po nabytí právní moci kolaudačního rozhodnutí).

V tabulce níže uvedené na základě předchozích kalkulací **navrhují následující průběh čerpání úvěru** na pokrytí stavebních nákladů v souvislosti s projektem. Celkové náklady jsou ve výši 4.123.000,- Kč. Vlastní zdroje v poměru 20 % = 824.600,- Kč a bankovní úvěr v poměru 80 % = 3.298.400,- Kč.

<b>Průběh čerpání úvěru</b>				
<b>měsíc</b>	<b>čerpaná část</b>	<b>splátka</b>		<b>jistina</b>
		<b>úmor</b>	<b>úrok</b>	
květen	258 400 Kč			258 400 Kč
červen	600 000 Kč		5 584 Kč	858 400 Kč
červenec	470 000 Kč		12 226 Kč	1 328 400 Kč
srpen	420 000 Kč		20 968 Kč	1 748 400 Kč
září	300 000 Kč		31 210 Kč	2 048 400 Kč
říjen	240 000 Kč		42 652 Kč	2 288 400 Kč
listopad	485 000 Kč		59 519 Kč	2 773 400 Kč
prosinec	75 000 Kč		70 761 Kč	2 848 400 Kč
leden	220 000 Kč		86 103 Kč	3 068 400 Kč
únor	50 000 Kč		101 695 Kč	3 118 400 Kč
březen	180 000 Kč		118 187 Kč	3 298 400 Kč
duben	0 Kč		118 187 Kč	3 298 400 Kč
květen	0 Kč	3 298 400 Kč	118 187 Kč	0 Kč
<b>celkem</b>	<b>3 298 400 Kč</b>	<b>3 298 400 Kč</b>	<b>785 279 Kč</b>	<b>0 Kč</b>

**Tab. 5: Průběh čerpání úvěru**

#### 4.5.3 Kalkulace výnosů

Výnosy z prodeje bytů obdrží firma koncem května 2011, kdy je předpokládáno nabytí právní moci kolaudačního rozhodnutí, v podobě smluvně dohodnuté výsledné ceny. Platby od klientů podle smluv jsou hrazeny v hotovosti nebo z jejich úvěru na bydlení, ve prospěch účtu banky, která finanční prostředky uvolní po dokončení projektu (kolaudační rozhodnutí). Banka získané prostředky od klientů nejprve použije na zaplacení úvěru a zbytek (zisk) z projektu přepošle na běžný účet podnikatele.

1) Určení výše výnosu z jednotlivých bytů bytu v souvislosti s náklady

- byt 2+1 ve výši **1.300.000,- Kč** (započítána i poměrná část společných prostor)
- byt 3+1 ve výši **1.500.000,- Kč** (započítána i poměrná část společných prostor)

**Celkovým výnosem za 2 byty 2+1 a 2 byty 3+1 bude částka 5.600.000,- Kč.**

2) Určení výše výnosu z pozemku

- $m^2 / 750,- Kč$

Celková plocha pozemku je  $450m^2$ . **Výnos z pozemku potom činí 337.500,- Kč.**

3) Určení výše výnosu z balkónu ( $6 m^2$ ) a terasy ( $40 m^2$ )

- V případě balkónu je stanovena cena za  $m^2 / 5.000,- Kč$ . Potom výnos bude ve výši **26.000,- Kč**.
- V případě terasy je stanovena cena za  $m^2 / 6.000,- Kč$ . Potom výnos bude ve výši **192.000,- Kč**

**Celkový výnos ze 2 balkónů a 2 teras představuje částka 436.000,- Kč.**

**Celkové předpokládané výnosy jsou ve výši 6.373.500,- Kč.**

#### **4.5.4 Finanční toky nákladů a výnosů projektu**

Zde uvádím pohled na možný průběh nákladů a výnosů celého „developerského“ projektu. Průběžné finanční toky uvádím níže v tabulce, které mají ověřit proveditelnost projektu a dobu návratnosti vložených investic. V tabulce uvádím okamžik vzniku finančního toku s ohledem na platby faktur firmám se stavebním materiálem, které jsou prováděny ihned. Z tabulky a grafu, které uvádím, je patrné, že ze stanovených parametrů a cen je projekt z finančního pohledu proveditelný. Souhrnný součet finančních toků v závěru (tabulka finančních toků a graf) ukazuje, že **projekt skončí se ziskem 2.250.500,- Kč.**

Období		2009		2010		
		Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
NC	4 123 000 Kč	70 000 Kč	70 000 Kč	91 000 Kč	65 000 Kč	237 000 Kč
VC	6 373 500 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
FT		-70 000 Kč	-70 000 Kč	-91 000 Kč	-65 000 Kč	-237 000 Kč
CFT		-70 000 Kč	-140 000 Kč	-231 000 Kč	-296 000 Kč	-533 000 Kč

Období	2010				
	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září
NC	550 000 Kč	600 000 Kč	470 000 Kč	420 000 Kč	300 000 Kč
VC	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
FT	-550 000 Kč	-600 000 Kč	-470 000 Kč	-420 000 Kč	-300 000 Kč
CFT	-1 083 000 Kč	-1 683 000 Kč	-2 153 000 Kč	-2 573 000 Kč	-2 873 000 Kč

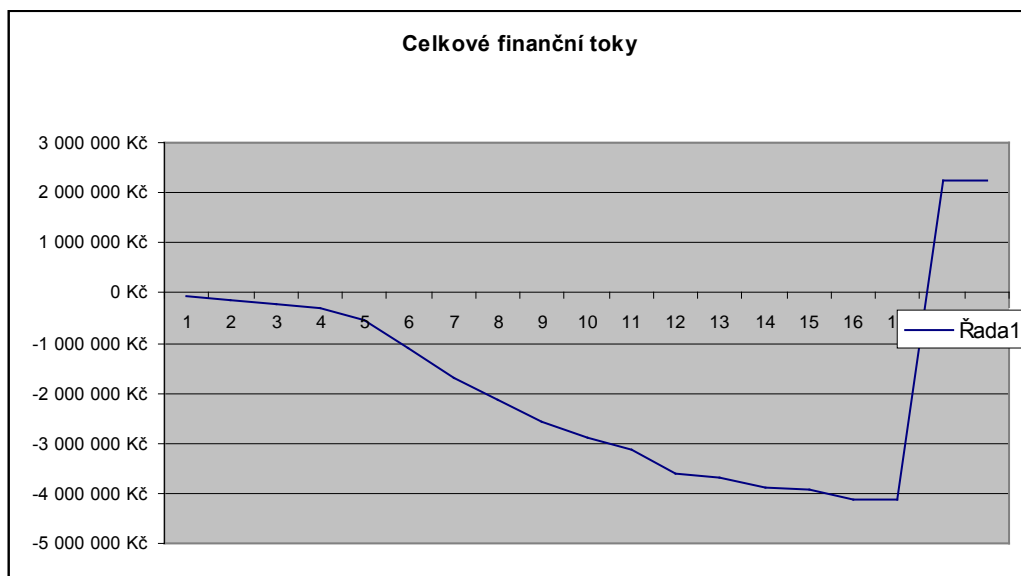
  

Období	2010			2011	
	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor
NC	240 000 Kč	485 000 Kč	75 000 Kč	220 000 Kč	50 000 Kč
VC	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
FT	-240 000 Kč	-485 000 Kč	-75 000 Kč	-220 000 Kč	-50 000 Kč
CFT	-3 113 000 Kč	-3 598 000 Kč	-3 673 000 Kč	-3 893 000 Kč	-3 943 000 Kč

Období	2011		
	Březen	Duben	Květen
NC	180 000 Kč	0 Kč	0 Kč
VC	0 Kč	0 Kč	6 373 500 Kč
FT	-180 000 Kč	0 Kč	6 373 500 Kč
CFT	-4 123 000 Kč	-4 123 000 Kč	2 250 500 Kč

**Tab. 6: Finanční toky projektu**

(NC = náklady celkem, VC = výnosy celkem, FT = finanční tok, CFT = celkové finanční toky)



**Graf 8: Finanční toky nákladů a výnosů**

### Shrnutí informací

- na počátku projektu bude prováděna úprava pozemku pro možnou výstavbu bytového domu (použity vlastní zdroje ve výši 21.000,- Kč)
- následuje plán výstavby bytového domu
- financování z vlastních zdrojů poměr 20 % = 824.600,- Kč
- financování bankovním úvěrem poměr 80 % = 3.298.400,- Kč
- celkové náklady projektu stanoveny na **4.123.000,- Kč**
- celkové výnosy projektu stanoveny na **6.373.500,- Kč**
- úspěšnou realizací bude dosaženo zisku ve výši **2.250.500,- Kč**
- celková doba výstavby potrvá 12 měsíců a bude dokončena v březnu 2011
- celková doba realizace celého projektu bude trvat od prosince 2009 do května 2011, což představuje 18 měsíců
- doba čerpání úvěru bude probíhat po dobu 11 měsíců a náklady na úvěr jsou stanoveny propočty na 785.279,- Kč

#### **4.6 Rizika projektu**

Rizika podnikatelského záměru projektu výstavby bytového domu jsou negativní situace, které mohou vzniknout vzhledem k možné proměnlivosti podnikatelského prostředí a zhodnocení firmy.

Proces přípravy je zdoluhavým krokem a během ní může dojít k řadě neočekávaných změn (zejména nepředvídatelných), které projekt ovlivní buď v pozitivním slova smyslu, nebo naopak negativním.

Pokud si ale vezmu dobu návratnosti vložených finančních prostředků lze říci, že je velmi krátká oproti ostatním odvětvím (zboží, služby). Dokáže-li firma správně ohodnotit všechna možná potenciální rizika, pravděpodobnost výsledku pak bude pro všechny zúčastněné – firmu, banku a i zákazníky – pozitivní.

Problémy, se kterými se firma může potýkat jsou: změna kalkulací nákladů (důsledkem zvýšení cen stavebního materiálu), podmínek na trhu na straně poptávky, špatná propagace projektu, změnu úrokové sazby (její nárůst) nenalezení zákazníků ochotných si byty zakoupit.

## Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo vytvořit podnikatelský záměr pro existující firmu živnostníka – Roman Jedlička, která se nyní zaměřuje na využití podnikatelské příležitosti v tzv. „developerské“ činnosti, což je pro firmu novinka. Hlavním bodem stavebního projektu firmy je výstavba bytového domu se čtyřmi bytovými jednotkami pod názvem „Hodnota bytů se vrací“ v Pardubickém kraji – správním obvodu Přelouče, v obci Břehy.

Cílem firmy bude poskytnutí určitého servisu v oblasti bydlení jdoucího od přípravy území potřebného k výstavbě, volby architektonicko-urbanistického řešení lokality přes kvalitní zajištění průběhu výstavby (včasné dodání stavebního materiálu dodavateli) k samotné realizaci prodeje.

Na počátku jsem čerpala informace a teoretické poznatky ke kvalitnímu zpracování podnikatelského záměru. Jako náročnější část lze spíše označit přímo realizaci „developerského“ stavebního projektu v návaznosti na kvalitní přípravu projektu.

Další návaznou částí je **analýza současného stavu podnikatelského oboru** spolu s **analýzou firmy**. V souvislosti s okolím firmy a vnějším prostředím na ni působícím lze konstatovat, že vzhledem k celosvětové ekonomické krizi nelze odhadnout intenzitu dopadů na ekonomiku ČR, která pouze absorbuje šoky (právě z vnějšího prostředí). Boom v oblasti výstavby jak bytů, tak rodinných domů se zastavil a v posledních letech klesal, ale i přesto se dokázaly některé firmy a společnosti udržet na trhu, protože potřeba stavět byty i domy nadále přetrvává. S příchodem ekonomické krize se vyčistil trh, čímž se objevily nové možnosti pro tyto stávající firmy a společnosti.

Zpracovaná analýza odkryla možnosti v tržním segmentu, protože trh není ještě zdaleka nasycen – přetrvává dlouhodobá poptávka po kvalitním bydlení.

Vytvořený prostor dává příležitost pro návrh podnikatelského záměru. V jeho hlavní části je popsán časový přehled od počátku realizace projektu (závislé na jeho propagaci) až po jeho dokončení – v souvislosti s prodejem.

Důležitým a předem stanoveným bodem celého projektu je jeho umístění (lokalita) vycházející z potřeby nových bytů právě zde. O způsobu jeho nabídnutí trhu (pronájem x prodej) jsem rozhodla za pomoci dotazníku. Poté nastává samotné zahájení výstavby – příprava pozemku, propagace, projekt pro územní rozhodnutí a stavební povolení, inženýrské sítě. Harmonogram výstavby bytového domu musí být dodržen, aby firma mohla čerpat poskytnuté finanční prostředky. Výstavba je rozdělena do dvou etap (hrubá stavba + interiérové úpravy).

Následuje finanční plán zahrnující kalkulaci nákladů, financování projektu a kalkulaci výnosů. Za ekonomické zhodnocení návratnosti vložených finančních prostředků považuji finanční toky nákladů a výnosů, ze kterých je potom i díky grafu vidět, že firma dosahuje velmi dobrého zisku (jeho výše je 2.250.500,- Kč) při prodeji všech čtyř bytových jednotek (optimistický pohled).

Za největší riziko považuji především nesplnění stanovených cílů v oblasti propagace projektu a nenalezení potenciálních zájemců. Další rizika – změnu kalkulací nákladů v souvislosti se zvýšením cen stavebního materiálu, prodloužení lhůt (stavební, kolaudační a další řízení), atd. – považuji za malá rizika.

„Hodnota bytů se vrací“ je pro firmu vhodnou podnikatelskou příležitostí, jak zacelit díru v tržním prostoru a z mého pohledu jsem přesvědčena, že cíl této práce byl splněn. Na základě provedených analýz a z nich vyplývajících výsledků doporučím firmě realizaci tohoto projektu. Do budoucna navrhuji rozšíření firmy (spolu s výběrem právní formy) a přijetí stálých zaměstnanců. Ze získaných zkušeností na tomto projektu lze docílit toho, aby firma ukrojila větší procento na trhu s byty.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] *Analýza vývoje průměrných mezd zaměstnanců*. [online]. Poslední aktualizace 09.03.2010. [cit. 2010-04-27] Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/cpmz030910\\_analyza10.doc](http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/cpmz030910_analyza10.doc).
- [2] ČERVENKA, J. *Finanční krize očima české veřejnosti – prosinec 2009*. [online]. Poslední aktualizace 06.01.2010. [cit. 2010-04-27] Dostupné z: <http://www.cvvm.cas.cz/index.php?lang=0&disp=zpravy&r=1&shw=100991>.
- [3] *Český statistický úřad*. [online]. Poslední aktualizace 09.03.2010. [cit. 2010-04-27]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>.
- [4] *Definice budovy s nízkou energetickou náročností*. [online]. [cit. 2010-04-29]. Dostupné z: <http://www.setrime-energie.cz/clanky/nizkoenergeticke-domy/definice-budovy-s-nizkou-energetickou-narocnosti>.
- [5] FOTR, J., SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1.vydání. Praha: Grada Publishing, a.s. 2007. ISBN 80-247-0939-2. 356s.
- [6] *Historie obce*. [online]. Poslední aktualizace 22.12.2006. [cit. 2010-05-02]. Dostupné z: [http://www.obecbrehy.cz/vismo/dokumenty2.asp?id\\_org=1377&id=1007&p1=1014](http://www.obecbrehy.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=1377&id=1007&p1=1014).
- [7] *Hrubý domácí produkt*. [online]. Poslední aktualizace 16.04.2010. [cit. 2010-04-27]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Hrub%C3%BD\\_dom%C3%A1c%C3%AD\\_produkt](http://cs.wikipedia.org/wiki/Hrub%C3%BD_dom%C3%A1c%C3%AD_produkt).
- [8] *Charakteristika správního obvodu Přelouč*. [online]. Poslední aktualizace 14.01.2010. [cit. 2010-04-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xe/redakce.nsf/i/charakteristika\\_spravniho\\_obvodu\\_prelouc](http://www.czso.cz/xe/redakce.nsf/i/charakteristika_spravniho_obvodu_prelouc).
- [9] KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press a.s. 2007. ISBN 978-80-251-1605-0. 216s.
- [10] MATYÁŠ, V. *Jak se projevuje krize ve stavebnictví*. Stavebnictví [online]. Roč. 05/2009. [cit. 2009-11-06]. Dostupné z: [http://www.casopisstavebnictvi.cz/jak-se-projevuje-krize-ve-stavebnictvi\\_A2298\\_I31](http://www.casopisstavebnictvi.cz/jak-se-projevuje-krize-ve-stavebnictvi_A2298_I31).
- [11] *Měnové nástroje*. [online]. Poslední aktualizace 17.12.2009. [cit. 2010-04-29]. Dostupné z: <http://www.cnb.cz/cs/obecne/rozsirene-vyhledavani.jsp?cnb-search-area=czech-version&cnb-folder=%2Fcs%2F&cnb-search-action-block=search&cnb-search-query=2T+repo+ sazba>.
- [12] *Meziroční pokles HDP za 4. čtvrtletí byl upřesněn na 3,1 %*. [online]. Poslední aktualizace 09.03.2010. [cit. 2010-04-27]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/chdp031110.doc>.

- [13] *Ministerstvo financí zveřejňuje novou Makroekonomickou predikci - duben 2010.* [online]. Poslední aktualizace 29.04.2010. [cit. 2010-04-29]. Dostupné z: [http://mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/tiskove\\_zpravy\\_ministerstva\\_55050.html?year=2010](http://mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/tiskove_zpravy_ministerstva_55050.html?year=2010).
- [14] *Míra inflace.* [online]. Poslední aktualizace 09.03.2010. [cit. 2010-04-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mira\\_inflace](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mira_inflace).
- [15] NĚMEC, R. *Marketingový mix – jeho rozbor, možnosti využití a problémy.* [online]. 21.06.2005. [cit. 2010-04-20]. Dostupné z: <http://marketing.robertnemoc.com/marketingovy-mix-rozbor/>.
- [16] *Podnikatelský plán.* [online]. Poslední aktualizace 18.07.2008. [cit. 2009-11-08]. Dostupné z: <http://www.jaknapsat.cz/podnikatelsky-plan/>.
- [17] *Propouštění a mimořádné odměny na konci roku zvýšily průměr mezd o 5,2 %.* [online]. Poslední aktualizace 09.03.2010. [cit. 2010-04-27]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/cpmz030910.doc>.
- [18] *Registr ekonomických subjektů – informace o subjektu.* [online]. Poslední aktualizace 31.10.2009. [cit. 2009-10-31]. Dostupné z: [http://registry.czso.cz/irsw/detail.jsp?prajed\\_id=1466428](http://registry.czso.cz/irsw/detail.jsp?prajed_id=1466428).
- [19] SLUKA, Z. *Získání výhodné hypotéky v době krize.* Stavebnictví [online]. Roč. 02/2009. [cit. 2009-11-06]. Dostupné z: [http://www.casopisstavebnictvi.cz/ziskani-vyhodne-hypoteky-v-dobe-krize\\_A2062\\_I02\\_09](http://www.casopisstavebnictvi.cz/ziskani-vyhodne-hypoteky-v-dobe-krize_A2062_I02_09).
- [20] ŠAMANOVÁ, G. *Hodnocení ekonomické situace.* [online]. Poslední aktualizace 10.02.2010. [cit. 2010-04-27]. Dostupné z: <http://www.cvvm.cas.cz/index.php?lang=0&disp=zpravy&r=1&shw=101006>.
- [21] TABERY, P. *Očekávání do budoucna a obavy české veřejnosti.* [online]. Poslední aktualizace 02.02.2010. [cit. 2010-04-27]. Dostupné z: <http://www.cvvm.cas.cz/index.php?lang=0&disp=zpravy&r=1&shw=101003>.
- [22] *Úroková míra.* [online]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/%C3%9Arok#.C3.9Arokov.C3.A1\\_m.C3.ADra](http://cs.wikipedia.org/wiki/%C3%9Arok#.C3.9Arokov.C3.A1_m.C3.ADra).
- [23] *Vybrané ukazatele za správní obvod Přelouč v letech 2000 - 2008.* [online]. Poslední aktualizace 14.01.2010. [cit. 2010-05-02]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xe/redakce.nsf/i/vybrane\\_ukazatele\\_za\\_spravni\\_obvod\\_prelouc\\_v letech\\_2000\\_2008](http://www.czso.cz/xe/redakce.nsf/i/vybrane_ukazatele_za_spravni_obvod_prelouc_v letech_2000_2008).
- [24] Zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon ze dne 1. ledna 1992
- [25] Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník ze dne 1. ledna 1993

[26] Zákon č. 357/1992 Sb., daň silniční, daň z nemovitostí, daň dědická, darovací, z převodu nemovitostí ze dne 1. ledna 1993

[27] *Zaměstnanost a nezaměstnanost v Pardubickém kraji podle výsledků výběrového šetření pracovních sil v roce 2009 – roční průměry*. [online]. Poslední aktualizace 25.04.2010. [cit. 2010-04-30]. Dostupné z:

[http://www.pardubice.czso.cz/x/redakce.nsf/i/zamestnanost\\_a\\_nezamestnanost\\_v\\_pardubickem\\_kraji\\_podle\\_vysledku\\_vyberoveho\\_setreni\\_pracovnich\\_sil\\_v\\_roce\\_2009\\_rocn\\_i\\_prumery](http://www.pardubice.czso.cz/x/redakce.nsf/i/zamestnanost_a_nezamestnanost_v_pardubickem_kraji_podle_vysledku_vyberoveho_setreni_pracovnich_sil_v_roce_2009_rocn_i_prumery).

# SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

## Seznam obrázků:

Obrázek 1 - Podnikatelský plán .....	17
Obrázek 2 - Marketingový mix.....	22
Obrázek 3 - První podlaží .....	44
Obrázek 4 - Druhé podlaží.....	44

## Seznam tabulek:

Tabulka 1- Přehled obrátu firmy.....	25
Tabulka 2 - Měnové nástroje .....	34
Tabulka 3 - Přehled cen bytů pro zájemce.....	46
Tabulka 4 - Kalkulace nákladů .....	51
Tabulka 5 - Průběh čerpání úvěru.....	52
Tabulka 6 - Finanční toky projektu.....	54

## Seznam grafů:

Graf 1 - Zaměstnanost a obecná míra nezaměstnanosti.....	29
Graf 2 - Názory na vývoj finanční krize .....	30
Graf 3 - Hodnocení současné ekonomické situace v ČR.....	31
Graf 4 - Očekávaný vývoj ekonomické situace v roce 2010 .....	32
Graf 5 - Má zájem x nemá zájem.....	41
Graf 6 - Byt 2+1 x byt 3+1 .....	42
Graf 7 - Nájem x koupě bytu .....	42
Graf 8 - Finanční toky nákladů a výnosů.....	55

## **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha 1 – Dotazník

Příloha 2 – Harmonogram prací bytového domu