



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

ÚSTAV EKONOMIKY

INSTITUTE OF ECONOMICS

FINANCOVÁNÍ PODNIKATELSKÝCH AKTIVIT

FINANCING OF BUSINESS ACTIVITIES

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Denisa Konvičná

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.

BRNO 2021

Zadání bakalářské práce

Ústav:	Ústav ekonomiky
Studentka:	Denisa Konvičná
Studijní program:	Ekonomika podniku
Studijní obor:	bez specializace
Vedoucí práce:	Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.
Akademický rok:	2020/21

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:

Financování podnikatelských aktivit

Charakteristika problematiky úkolu:

Úvod
Cíle práce, metody a postupy zpracování
Teoretická východiska práce
Analýza současného stavu
Vlastní návrhy řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Cíle, kterých má být dosaženo:

Hlavním cílem bakalářské práce je vytvoření návrhu financování pro nově vznikající bezobalovou prodejnu. Mezi dílčí cíle patří stanovení teoretických východisek a na základně provedených analýz vyhodnotit, zda je vhodné podnikatelský záměr realizovat.

Základní literární prameny:

KARLÍČEK, Miroslav. Základy marketingu. Praha: Grada Publishing a.s., 2018. ISBN 978-80-2-7-5869-5.

SRPOVÁ, Jitka a ŘEHOŘ, Václav. Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5

SRPOVÁ, Jitka. Začínáme podnikat. Praha: Grada Publishing a.s., 2020. ISBN 978-80-271-2253-0.

SYNEK, Miloslav a KISLINGEROVÁ, Eva. Podniková ekonomika. 6., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-274-8.

ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena. Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele. Praha: Grada Publishing a.s., 2019. ISBN 978-80-271-2182-3.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2020/21

V Brně dne 28.2.2021

L. S.

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

doc. Ing. Vojtěch Bartoš, Ph.D.
děkan

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá návrhem na založení a financování bezobalového obchodu ve Valašském Meziříčí. Bakalářská práce je tvořena ze dvou částí. Teoretická část obsahuje základní pojmy spojené s podnikáním a jeho financováním. Praktická část je věnována analýze trhu a výběru vhodného typu financování pro tento podnikatelský záměr.

Abstract

The bachelor's thesis deals with a proposal for the establishment and financing of zero waste shop in Valašské Meziříčí. The bachelor thesis consists of two parts. The theoretical part contains the basic concepts associated with business and its financing. The practical part is devoted to market analysis and selection of a suitable type of financing for this business plan.

Klíčová slova

Podnikání, financování, podnikatelský záměr, bezobalový obchod, analýza trhu

Key words

Business, financing, business plan, zero waste shop, market analysis

Bibliografická citace

KONVIČNÁ, Denisa. *Financování podnikatelských aktivit*. Brno, 2021. Dostupné také z: <https://www.vutbr.cz/studenti/zav-prace/detail/135367>. Bakalářská práce. Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, Ústav ekonomiky. Vedoucí práce Tomáš Heralecký.

Čestné prohlášení

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

V Brně dne 16. května 2021

.....

podpis autora

OBSAH

ÚVOD.....	9
CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ	10
1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	11
1.1 Podnikání	11
1.2 Podnikatel	12
1.3 Právní formy podnikání	12
1.3.1 Fyzické osoby	12
1.3.2 Právnícké osoby	14
1.4 Podnikatelský plán.....	17
1.4.1 Účel podnikatelského plánu.....	17
1.4.2 Stanovení cíle.....	18
1.4.3 Zásady pro sestavení podnikatelského plánu.....	18
1.4.4 Struktura podnikatelského plánu	19
1.5 Financování začínajícího podniku	20
1.5.1 Vlastní zdroje.....	21
1.5.2 Cizí zdroje.....	21
1.6 Analýza trhu.....	24
1.6.1 PEST analýza.....	24
1.6.2 Porterův model pěti sil.....	25
1.6.3 SWOT analýza.....	27
1.6.4 Analýza rizik.....	29
2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU	32
2.1 Proč bezobalový obchod?	32
2.2 Analýza okolního prostředí.....	33
2.2.1 PEST analýza.....	33
2.2.2 Porterův model pěti sil.....	38
2.2.3 SWOT analýza.....	41
2.2.4 Analýza rizik.....	43
2.2.5 Závěr získaný z těchto analýz.....	45
2.3 Dotazníkové šetření	46

2.3.1	Výsledky dotazníkového šetření	46
2.3.2	Závěr získaný z dotazníkového šetření	51
3	VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ	52
3.1	Základní údaje o podniku	52
3.2	Počáteční náklady	53
3.3	Plán nákladů a tržeb	55
3.3.1	Realistická varianta	55
3.3.2	Pesimistická varianta	57
3.3.3	Optimistická varianta	59
3.4	Financování podniku.....	61
3.4.1	Vlastní zdroje	61
3.4.2	Crowdfundingová kampaň.....	62
3.4.3	Podnikatelský úvěr.....	63
3.5	Porovnání a výběr podnikatelského úvěru	69
3.6	Shrnutí.....	72
	ZÁVĚR	74
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	76
	SEZNAM GRAFŮ	80
	SEZNAM OBRÁZKŮ	81
	SEZNAM TABULEK.....	82
	SEZNAM PŘÍLOH.....	83

ÚVOD

Když jsem si měla vybírat téma své bakalářské práce, věděla jsem, že chci psát o něčem, co můžu využít i ve svém životě. Že se chci zabývat něčím praktickým a využít k tomu znalosti a dovednosti, které jsem získala během svého studia. Téma, ve kterém se budu zabývat financováním vznikajícího podniku, pro mě bylo ideální. Mohu zde totiž uplatnit své znalosti z různých oblastí a nejsem vázána pouze na jednu problematiku.

Zároveň mě k výběru tématu motivovala má známá, která se rozhodla začít podnikat s vlastním bistro. Bohužel o podnikání nic nevěděla a neměla sestavený žádný podnikatelský plán. Její podnikání tak brzy skončilo a jediné, co jí z něho zbylo, byly dluhy. Právě to mě motivovalo k tomu, zajímat se více o podnikání jednotlivce a o věci s tím spojené.

Ve své práci jsem se rozhodla zaměřit na otevření bezobalové prodejny. V dnešní době jsou lidé vedeni k tomu, aby produkovali méně odpadu a omezili používání jednorázových obalů a podobně. Bohužel lidé v mém městě nemají jinou možnost, než koupit předem zabalené zboží v plastových obalech které prodávají běžné obchody. Přijde mi tedy vhodné nabídnout lidem jinou variantu, a to nakupovat do vlastních obalů a omezit tak nákup předem balených potravin.

Svou práci jsem rozdělila do tří částí. V první části práce popíšu základní pojmy, které s podnikáním a jeho financováním souvisí. Druhou část věnuji analýzám, na základě kterých určím, zda je nyní vhodné začít podnikat, je-li vůbec ve Valašském Meziříčí prostor pro tento druh podniku a zda by o něj lidé měli zájem. V poslední části se budu věnovat právě financování podniku. Zjistím, jak velké množství peněžních prostředků je potřeba ke vzniku malého bezobalového obchodu a k jeho zafinancování v prvních měsících provozu a následně vyberu vhodnou formu financování.

V závěru práce budou shrnuty výsledky práce získané během jejího zpracování.

CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ

Hlavním cílem této bakalářské práce je výběr vhodného financování pro nově vznikající bezobalovou prodejnu ve Valašském Meziříčí. Mým cílem je zjistit, jak velké množství finančních prostředků je potřeba mít k založení takovéto prodejny a k zajištění jejího čtyřměsíčního provozu. Dílčím cílem této práce je také doporučit, zda je nyní vhodné tento podnikatelský záměr realizovat a zda je na to město a lidé v něm připravení.

Teoretická část je zpracována s využitím metody literární rešerše. V práci budu pracovat s odbornou literaturou, platnými zákony a využiji také internetové portály zabývající se danou problematikou.

Dále provedu analýzu současného stavu a vyhodnotím, je-li Valašské Meziříčí vhodné město k realizaci podnikatelského záměru a zda je vhodné jej nyní realizovat. K tomu využiji SLEPT analýzu k prozkoumání makrookolí podniku. Porterovu a SWOT analýzu, abych identifikovala potencionální konkurenci a zjistila, jaké má podnik příležitosti a jaké ho na trhu mohou potkat hrozby. Následně pomocí analýzy rizik zjistím, co může fungování podniku ohrozit a na co si dávat pozor nejen v průběhu jeho zakládání. Tato část bude zakončena dotazníkovým šetřením, pomocí kterého zjistím, zda by lidé měli o bezobalovou prodejnu zájem a jaký je jejich postoj k tomuto druhu nákupu.

V závěru práce se pokusím vybrat vhodný druh financování, který mi zajistí potřebné prostředky k případné realizaci podnikatelského záměru. Jednotlivé varianty financování budou posuzovány na základě vlastních kritérií.

1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

V teoretické části bakalářské práce se budu na začátku věnovat základním pojmům spojených s podnikáním. Dále stručně popíšu základní možnosti financování nově vznikajícího podniku a shrnu, co je podnikatelský plán a jak by měl vypadat. Na závěr této části představím vybrané analýzy, které budu v další kapitole používat k analýze okolního prostředí.

1.1 Podnikání

„Podnikání v současné době spočívá v samostatné, soustavné, udržitelné, dlouhodobé výdělečné činnosti na vlastní odpovědnost, usilující o zhodnocování vlastníky investovaného kapitálu k dosažení zisku a maximalizaci tržní hodnoty podniku konkurenceschopným uspokojováním potřeb zákazníků, zaměstnanců a dalších zájmových skupin v měnícím se globálním prostředí“ (1).

Živnostenský zákon č. 455/1991Sb., §2 definuje živnostenské podnikání jako soustavnou činnost provozovanou samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem (2).

Abychom mohli lépe pochopit znění jak zákona, tak zmíněné definice, je vhodné si dovysvětlit některé pojmy, které jsou zde použity.

- *Soustavnost* – musí se jednat o činnost, která je vykonávána pravidelně, opakuje se a není vykonávána pouze příležitostně a nahodile.
- *Samostatnost* – podnikatel jedná sám za sebe a sám si rozhoduje o svém podniku.
- *Vlastní jméno* – podnikatel jedná vlastním jménem a příjmením, jde-li o fyzickou osobu, právnická osoba jedná vždy pod názvem své obchodní společnosti.
- *Vlastní odpovědnost* – podnikatel nese veškeré riziko za výsledky své činnosti.
- *Dosažení zisku* – činnost musí být vykonávána s úmyslem dosažení zisku (3).

1.2 Podnikatel

Občanský zákon č. 89/2012 Sb., §420 považuje za podnikatele toho, kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku (4).

„Podnikatelem se rozumí osoba, která podnik zakládá a provozuje jeho činnost – spojuje práci, kapitál a další výrobní činitele za účelem dosažení prosperity firmy. Podnikatelem může být fyzická nebo právnická osoba, která splní podmínky dané živnostenským zákonem“ (5).

Každý si může pod pojmem podnikatel představit někoho jiného a mít pro něj svou vlastní definici. Všechny tyto definice podnikatele mají ovšem dva hlavní body společné.

- Jedná se o fyzickou nebo právnickou osobu
- Cílem podnikatele je dosažení zisku

1.3 Právní formy podnikání

Na začátku každého podnikání je nutné si uvědomit, zda chceme začít se svým podnikáním jako osoba fyzická nebo právnická. Každá z těchto forem podnikání má jak své přednosti, tak nedostatky a ty je potřeba zvážit, abychom si pro své podnikání vybrali správnou formu. Při rozhodování, kterou právní formu podnikání zvolit nám mohou pomoci například tyto otázky (3).

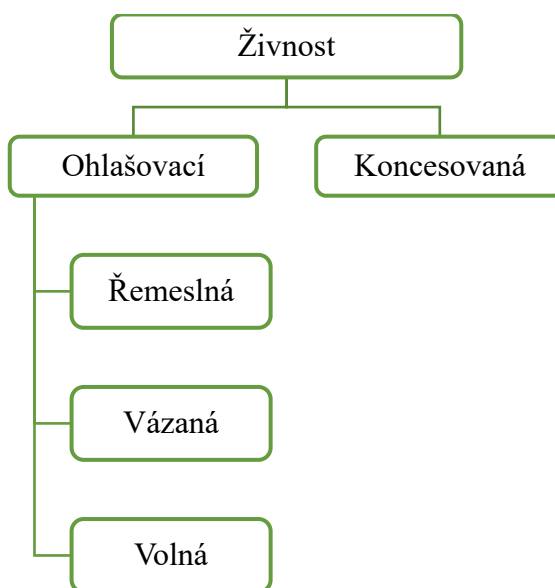
- V kolika lidech budeme podnik zakládat?
- Jaké jsou naše finance?
- Jak velký podnik chceme založit?
- V jakém odvětví chceme podnikat?

1.3.1 Fyzické osoby

První možností, jak začít podnikat je podnikat sám na sebe jako fyzická osoba. V souvislosti s podnikáním fyzických osob se velmi často setkáváme s pojmem „osoba samostatně výdělečně činná“ neboli „OSVČ“. Jedná se o fyzickou osobu, která má příjmy buď z podnikání nebo z jiné samostatně výdělečné činnosti. Mezi OSVČ

můžeme zařadit například živnostníky, samostatně výdělečné umělce, soudní znalce, samostatné zemědělce apod. (3).

Aby fyzická osoba mohla začít podnikat musí získat živnostenské nebo jiné oprávnění k provozování podnikatelské činnosti. Pokud podnikáme na základě živnostenského oprávnění, tak rozlišujeme dva druhy, a to ohlašovací a koncesované. Živnost ohlašovací se poté následně dělí na živnost řemeslnou, vázanou a volnou (6).



Obrázek č. 1: Rozdělení živností (Zdroj: Vlastní zpracování)

Živnost ohlašovací

Jedná se o živnost, která vzniká a následně je provozována na základě ohlášení, které podává podnikatel na příslušný živnostenský úřad (7).

Řemeslná – pro získání řemeslné živnosti je potřeba mít buď výuční list, úspěšně složenou maturitní zkoušku nebo mít alespoň šestiletou praxi, a to v oboru, ve kterém chceme podnikat. Příkladem řemeslné živnosti jsou například řeznictví, opravy, hostinská činnost, zednictví aj. (3).

Vázaná – podmínkou, pro získání živnosti vázané je prokázání odborné znalosti a způsobilosti, kterou stanoví příloha živnostenského zákona. Příkladem živnosti vázané je vedení účetnictví, masérské služby, provozování autoškoly aj. (3).

Volná – k získání volné živnosti není potřeba mít žádnou odbornou způsobilost. Stačí, když splňujeme všeobecné podmínky potřebné pro získání tohoto oprávnění. Rozsah živnosti se vymezí tím, že si ze seznamu 80 činností vybereme ty, které hodláme provozovat. Příkladem volné živnosti je zprostředkování obchodu a služeb, maloobchod a velkoobchod, ubytovací služby aj. (8).

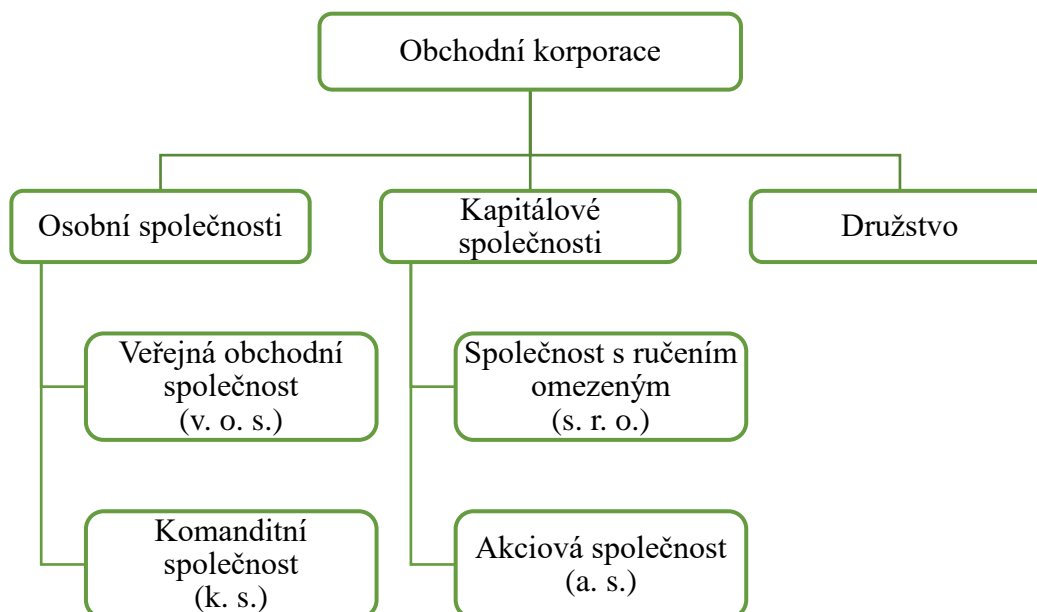
Živnost koncesovaná

Jedná se o živnost, která vzniká a je provozována na základě správního rozhodnutí. Stát zde musí udělit povolení k podnikání v konkrétním oboru. U oborů, které do tohoto druhu živnosti patří, hrozí riziko poškození zdraví nebo se jedná o jinak citlivý obor. Jsou to obory zaměřující se například na výrobu lihu a alkoholických nápojů, provozování silniční motorové dopravy, cestovní kanceláře, činnosti související se zbraněmi a střelivem aj. (6).

1.3.2 Právnícké osoby

Další možností je začít podnikat jako právnická osoba. Na rozdíl od podnikání fyzických osob je zahájení této činnosti administrativně náročnější a v některých případech je nezbytné při založení firmy složit také základní kapitál. Dalším rozdílem je to, že všechny typy právnických osob musí být, na rozdíl od osob fyzických, zapsány v obchodním rejstříku (3).

Podnikání právnických osob upravuje Zákon o obchodních společnostech a družstvech. Obchodními korporacemi jsou podle něj obchodní společnosti a družstva. Obchodní společnosti můžeme dále rozdělit na společnosti osobní nebo kapitálové. Mezi společnosti osobní patří veřejná obchodní společnost a komanditní společnost, mezi kapitálové společnosti patří společnost s ručením omezeným a akciová společnost (9).



Obrázek č. 2: Rozdělení Obchodních společností (Zdroj: Vlastní zpracování)

Veřejná obchodní společnost

Veřejná obchodní společnost, je společnost založená alespoň dvěma společníky, kde každý společník ručí za dluhy společnosti celým svým majetkem. Společníkem zde může být jak fyzická, tak právnická osoba. Za právnickou osobu však vykonává její společnická práva a povinnosti její zmocněnec. Statutárním orgánem jsou zde všichni společníci (10).

Práva a povinnosti společníků se řídí jak zákonem, tak společenskou smlouvou. Veřejná obchodní společnost není povinna vytvářet minimální kapitál a zákon tedy společníkům neukládá povinnost vložit do společnosti vklad. Základní majetkové právo společníka je právo na podíl na zisku, který se dělí podle pravidel uvedených ve společenské smlouvě (10).

Komanditní společnost

Komanditní společnost je právnickou osobou, která je založena nejméně dvěma osobami. Tyto osoby ovšem nejsou ve společnosti ve stejném postavení. Jedna z osob ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu, tato osoba se nazývá komanditista. Druhou osobou je komplementář, který na rozdíl od komanditisty ručí celým svým majetkem a nemusí plnit vkladovou povinnost. Komplementáři mají na

rozdíl od komanditistů řídicí pravomoci. Komanditisté mají pouze kontrolní pravomoci (6).

Práva a povinnosti komanditistů a komplementářů jsou upraveny společenskou smlouvou. Zisk a ztráta se dělí mezi společnost a komplementáře, a to podle společenské smlouvy. Zisk a ztrátu, která připadá na komplementáře si komplementáři rozdělují rovným dílem. Zisk připadající na společnost se po zdanění rozdělí mezi komanditisty podle poměru jejich podílů (11).

Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným je kapitálová společnost, ve které jak už z názvu vypovídá společníci ručí pouze omezeně. Společníci zde společně a nerozdílně ručí do výše, v jaké nesplnili vkladovou povinnost a každý společník ručí za celý nesplacený vklad všech společníků (12).

Společnost je založena alespoň jednou osobou a výše základního vkladu činí nejméně 1 Kč. Společníkem může být jak fyzická, tak právnická osoba a počet společníků není omezen. Práva a povinnosti se zde řídí společenskou smlouvou která je základním dokumentem společnosti. Statutárním orgánem společnosti je jeden či více jednatelů. Valná hromada je nejvyšším orgánem společnosti, v němž rozhodují všichni společníci prostřednictvím hlasování. Pokud společenská smlouva neurčí jinak tak má každý společník jeden hlas na každou 1 Kč vkladu (13).

Akciová společnost

Akciová společnost je kapitálová společnost založena alespoň jednou právnickou osobou nebo dvěma či více fyzickými osobami. Základní kapitál společnosti je tvořen akciemi o jmenovité hodnotě a má zákonem stanovenou minimální výši. U společnosti založené bez veřejné nabídky akcií jsou to 2 miliony Kč, u společnosti s veřejnou nabídkou akcií musí být základní kapitál alespoň 20 milionu Kč. Nejvyšším orgánem je zde valná hromada. Akciová společnost zodpovídá za své závazky celým svým majetkem, na rozdíl od akcionáře (podílník, který nakoupil podíl ve společnosti), který nese jen riziko, že nedojde ke zhodnocení jeho akcií. Zisk se zde zdaňuje daní z příjmu právnických osob a akcionáři jej poté musí ještě zdanit daní srážkovou (14).

Družstvo

Družstvo je otevřená organizace tvořena nejméně třemi členy a je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů, popřípadě třetích osob. Členství je zde spojeno se splněním vkladové povinnosti. Za své závazky ručí celým svým majetkem. Nejvyšším orgánem družstva je členská schůze. Ta volí představenstvo, které je odpovědné za řízení a rozhodování o činnosti družstva. Zisk se zdaňuje daní z příjmu fyzických osob a dělí se podle vkladů společníků. Vyplacené podíly se následně dělí srážkovou daní (10).

1.4 Podnikatelský plán

Na začátku každého podnikání by měl stát podnikatelský plán. Díky němu můžeme před začátkem podnikání posoudit reálnost a životaschopnost našeho podnikatelského záměru. Jedná se o písemný dokument, který popisuje veškeré vnitřní i vnější faktory související s podnikatelskou činností (3).

Podnikatelský plán umožňuje porovnávání podnikatelského plánu s realitou. Pokud některé věci nefungují tak, jak jsme plánovali, můžeme pomocí plánu zjistit kde, proč a v jaké míře a následně máme možnost včas zasáhnout (15).

„Podnikatelský plán by nám měl sloužit jako nástroj plánování, podklad pro rozhodování, nástroj kontroly, a to zejména v případech, kdy firmu zakládáme nebo kdy stojíme před výraznými změnami, které mohou mít dlouhodobý vliv na chod naší firmy“ (8).

1.4.1 Účel podnikatelského plánu

Ještě než se do sestavování podnikatelského plánu pustíme, měli bychom si uvědomit, za jakým účelem to děláme. Na základě toho totiž budeme náš plán dál připravovat a sepisovat. Rozlišujeme podnikatelský plán externí a interní.

Externí plán – tento plán slouží ke komunikaci s externím prostředím jako jsou banky nebo potencionální investoři. V tomto plánu se více snažíme prodat svůj nápad a přesvědčit okolí, že přinášíme na trh nové hodnoty, odlišujeme se od konkurence a dovedeme zaujmout zákazníky.

Interní plán – v tomto případě si plán sestavujeme pro sebe abychom měli přehled o našem podnikání. Pomocí něho se lépe zorientujeme například v plánování a řízení podniku. Než začneme podnikat si tak sestavíme vlastní návod, jak podnikání vést. Plán

sestavený před začátkem podnikání nám pomůže vyhnout se zbytečným chybám a zároveň nám může ušetřit nejen spoustu peněz, ale také času (16).

1.4.2 Stanovení cíle

Před sestavením podnikatelského plánu je podstatné si uvědomit, jaký je náš podnikatelský cíl a čeho chceme dosáhnout. Je důležité si tento cíl dobře stanovit abychom v průběhu cesty nezjistili, že je například pro nás nemožné jej splnit. Mezi nejznámější a nejvyužívanější metodu při sestavování cílů řadíme metodu SMART. Správně sestavený cíl podle metody SMART by měl být:

- *Specifický* – cíl by měl být konkrétní a jednoduše formulovaný, aby byl srozumitelný a jasný.
- *Měřitelný* – měli bychom být schopni jej změřit, abychom mohli říct, zda jsme cíl splnili či nikoliv.
- *Akceptovatelný* – pokud se na plnění cíle podílí více lidí, měli by s ním všichni souhlasit, popřípadě ho akceptovat.
- *Realistický* – je podstatné zvolit takový cíl u kterého víme, že máme šanci ho dosáhnout (17).
- *Termínovaný* – abychom neměli tendence oddalovat plnění cíle, je nutné si stanovit časový interval, ve kterém chceme našeho cíle dosáhnout (6).

1.4.3 Zásady pro sestavení podnikatelského plánu

Když sestavujeme plán za účelem získání peněžních prostředků na vznik nebo rozšíření podnikání, popřípadě abychom získali kvalitní dodavatele, je potřeba aby náš podnikatelský plán dodržoval určité zásady. Pro tento účel by náš plán měl být:

- *Inovativní* – abychom zvýšili šanci na úspěch, měli bychom ukázat, že nabízíme něco nového anebo že budeme uspokojovat potřeby zákazníků lépe než naši konkurenti.
- *Srozumitelný a stručný* – v plánu se vyjadřujeme jednoduše a stručně, zároveň bychom měli zmiňovat pouze podstatné informace, které s plánem souvisejí.

- *Logický* – informace by na sebe měly navazovat a neměly by si navzájem odporovat. Veškerá fakta je potřeba mít podložena.
- *Pravdivý* – všechny údaje uváděné v plánu by měly být pravdivé a neměly by být falešně upravované podle našich potřeb.
- *Respektující rizika* – měli bychom mít přehled o rizicích, která mohou nastat a mít opatření, jak je možné se s nimi vypořádat (3).

1.4.4 Struktura podnikatelského plánu

Nikde není sepsáno, jak přesně by měl podnikatelský plán vypadat a co by měl obsahovat. Každý z externího prostředí může mít na podnikatelský plán jiné požadavky. Některým investorům může stačit plán zpracovaný ve formě prezentace, naopak banky po nás mohou chtít podnikatelský plán detailně vypracovaný (18). Mezi základní body, které by měl podnikatelský plán obsahovat patří:

- *Titulní strana* – na titulním listě by mělo být uvedeno, že se jedná o podnikatelský plán. Dále by zde měl být napsán název podniku nebo projektu, jméno autora, popřípadě doplněno o datum a místo sepsání. Titulní list je také možné doplnit logem společnosti, pokud je již vytvořené (6).
- *Shrnutí* – zde se nachází stručně popsany podnikatelský plán v bodech, který má čtenáře přesvědčit o tom, aby si podnikatelský plán přečetl celý (6).
- *Údaje o vlastnících* – je vhodné, aby případný investor věděl základní, především profesní zkušenosti o vlastnících. Můžeme zde například uvést, proč se do projektu chceme pustit a jaká je naše motivace (6).
- *Popis podnikatelské příležitosti* – zde představíme naši službu nebo produkt, který chceme lidem nabízet. Měli bychom uvést, v čem spočívá naše konkurenční výhoda, proč bychom právě my měli zákazníky zaujmout a jakou nabízíme přidanou hodnotu. Dále bychom měli specifikovat, komu je náš produkt nebo služba určena a na koho se budeme zaměřovat a kdo z našeho produktu nebo služby bude mít užitek. Na závěr zmíníme, jaké jsou naše cíle a čeho bychom chtěli dosáhnout (18).

- *Postavení firmy na trhu* – v této části se zaměříme na okolí podniku. V kapitole by měly být obsaženy analýzy okolního prostředí a konkurence. Měli bychom ukázat, že velmi dobře známe trh, na kterém chceme podnikat a že jsme si vědomi nejen příležitostí, ale také hrozeb, na které zde můžeme narazit (19).
- *Marketingová a obchodní strategie* – zde provedeme důkladnou analýzu našich budoucích zákazníků. Následně vyhodnotíme, které propagační nástroje budou pro naše účely nejvhodnější a které použijeme, aby se o nás zákazníci dozvěděli. Dále zmíníme, jakým způsobem budeme zákazníka podporovat ke koupi přímo v místě prodeje a v čem se odlišujeme od naší konkurence (19).
- *Finanční plán* – v této kapitole převádíme veškeré naše předešlé aktivity do číselné podoby. Finanční plán se liší podle toho, zda se jedná o nově vznikající firmu nebo již firmu existující. U nové firmy bychom neměli zapomenout na zakladatelský rozpočet a zahajovací rozvahu. Doporučuje se zde provést finanční analýza pomocí poměrových ukazatelů a provést výpočet hodnoty bodu zvratu. U investičních projektů provádíme hodnocení efektivnosti investice (3).
- *Rizika projektu* – zde provedeme analýzu rizik projektu. Každý projekt má totiž svá rizika a naším cílem je tato rizika včas objevit a následně vymyslet způsoby, jak se jim můžeme úplně vyhnout nebo alespoň zmírnit jejich dopad.
- *Přílohy* – na závěr už pouze doplníme tabulky, nákresy, formuláře, smlouvy a další dokumenty, které doplňují náš plán a na které v našem plánu odkazujeme (6).

1.5 Financování začínajícího podniku

Jelikož se v této práci budu dále zabývat financováním nově vznikajícího podniku, který budu provozovat jako OSVČ, budu v této kapitole rozebírat financování vhodné pro tento způsob podnikání.

Abychom mohli začít realizovat svůj podnikatelský záměr, potřebujeme abychom ho měli z čeho zafinancovat. Musíme si tedy zajistit dostatečné množství peněžních prostředků, které nám pokryjí nejen vznik nové firmy, ale také prvních pár měsíců provozu, než začneme generovat vlastní zisky, pomocí kterých budeme platit samotný provoz, ale také naše podnikání dále rozvíjet.

1.5.1 Vlastní zdroje

Nejjednodušší a nejvýhodnější variantou je, že bychom měli své vlastní peníze na rozjezd podnikání. Málo kdy a málo komu se ovšem něco takového podaří. Některé podnikání vyžaduje počáteční investici ve výši desítek či stovek tisíc korun, ovšem ne každý tak velkými finančními prostředky disponuje. Je možné spořit si část peněz z předešlého zaměstnání. Takové spoření však může trvat i několik let, a i přesto nám tyto prostředky nemusí stačit na pokrytí celých počátečních investic. Výhodou financování z vlastních peněz je, že nikomu nic nedlužíme a můžeme je investovat kam v daný moment uznáme za vhodné. Zároveň ovšem o tyto prostředky přijdeme a nebudeme je mít k dispozici, pokud by se nám vyskytla vhodná příležitost k jejich investování (17).

1.5.2 Cizí zdroje

Další možností, jak zafinancovat nově vznikající podnik je využití cizích zdrojů. Takle možnost je u začínajících podnikatelů daleko více využívána. Nese s sebou ovšem také řadu nevýhod, které musíme zvážit, než si tímto způsobem finanční prostředky opatříme.

První nevýhodou a hlavním rozdílem oproti investování s vlastními zdroji je to, že cizí zdroje musíme vrátit. I když začneme podnikat a podnikání nám nevyjde, budeme muset peníze, které jsme si na toto podnikání vypůjčili vrátit. V lepší variantě se nám podnikání rozjede a budeme moci splácet své závazky z průběžně získávaných prostředků. Potřebné finanční prostředky můžeme také získat výměnou za částečný podíl v našem podniku.

Další nevýhodou která může nastat je, že nám peníze nebudou půjčeny zadarmo a my je budeme muset splatit i s úroky. Před začátkem podnikání si tedy budeme muset spočítat, kolik peněz opravdu budeme muset vrátit a jak dlouho nám to bude trvat.

Třetím problémem může být to, že budeme věřiteli kontrolováni, zda jsme skutečně peníze investovali přesně tam, kam bylo podle podmínek uvedeno. V případě že ne, mohly by nám hrozit pokuty nebo bychom mohli být nuceni prostředky okamžitě vrátit.

Rodina a přátelé

Velmi jednoduchou variantou, jak sehnat peníze na podnikání, pokud sami nedisponujeme dostatečnými finančními prostředky je požádat o pomoc rodinu nebo kamarády. Je zde možnost, že nám budou peníze vypůjčeny bez úroků nebo poplatků

a nebude tak nutné splácet nic navíc. Je však důležité se na začátku domluvit, za jakých podmínek nám budou peníze půjčeny. Je vhodné mít dohodnutý přesný termín, do kterého je nutné finanční prostředky vrátit. Může být sestaven splátkový kalendář, na jehož základě budeme pravidelně vracet předem dohodnuté částky. Rizikem je zde rozpad přátelství, popřípadě problémy v rodině, pokud podnikání nebude fungovat a nastane potíž s vrácením peněz.

Podnikatelský úvěr

V dnešní době můžeme na trhu najít velké množství nejrůznějších nabídek na zřízení bankovního úvěru. Už díky tomuto se často jedná o první volbu, kterou začínající podnikatelé volí při shánění finančních prostředků. Když začínáme podnikat můžeme mít problém podnikatelský úvěr získat, protože nemáme žádnou podnikatelskou historii a jsme pro banky riziková (6).

Abychom měli šanci získat podnikatelský úvěr, je nutné mít pro banku dobře připravený a sepsaný náš podnikatelský plán, na jehož základě se banka může rozhodnout, zda nám úvěr poskytne, či nikoli. Poskytnutí našeho podnikatelského plánu bance nám může velmi pomoci v tom, že budeme mít hodnocení našeho podnikatelského plánu od nezávislé strany. Pokud nám úvěr nebude přidělen, můžeme se zamyslet, co může být na našem podnikatelském plánu špatně a na základě toho ho poupravit.

Jelikož se jedná o cizí zdroj finančních prostředků musíme počítat s tím, že po nás banka bude chtít zajištění například pomocí nemovité věci, popřípadě ručením třetí osoby. Dále budeme muset splácet náklady na podnikatelský úvěr, které budou obsahovat úrok a dále mohou obsahovat poplatky za vedení účtu, poplatky za poskytnutou záruku aj. (3).

Business angels

„Business angels investice je prakticky obdobou rizikového kapitálu, jen její realizace probíhá v menších objemech a prostřednictvím jednoho investora“ (20).

V tomto případě se jedná o pomoc individuálního investora, který využívá svůj kapitál na financování nově vznikajících podniků s růstovým potenciálem. Zároveň firmám přispívají svým know-how, například v podobě odborných znalostí nebo kontaktů na strategické partnery. Tito investoři nehledají firmy s nejvyšší výnosností, ale hledají

především oblasti, ve které se mohou aktivně angažovat a ve které mohou využívat své zkušenosti a kontakty k podpoře růstu společnosti do níž investovali svůj kapitál (18).

Crowdfunding

„Crowdfunding je způsob financování, při kterém větší množství jedinců přispívá menšími finančními částkami k dosažení cílové částky požadované pro realizaci projektu“ (8).

Jedná se o poměrně často využívanou možnost financování v posledních letech. Často ji využívají především malé podniky, které přichází na trh s něčím odlišným a originálním. Tento způsob financování funguje na principu veřejné sbírky pomocí crowdfundingových serverů a lze ho chápat jako platbu předem za výrobek či službu.

Podnikatelé stanoví peněžní částku, kterou potřebují vybrat, aby mohli své podnikání začít provozovat. Lidé pak mohou sami dobrovolně přispívat libovolnou částkou a na oplátku obdrží například poukaz na konkrétní produkt nebo službu, kterou bude podnikatel nabízet. Díky tomuto způsobu můžeme také otestovat, zda je o náš produkt mezi lidmi zájem a zda by byli ochotni za něj zaplatit. Pokud by požadovaná částka nebyla během určeného časového intervalu vybrána, peníze by byly vráceny lidem zpět na účet a nebylo by možné pomocí těchto peněz začít podnikat (6).

Výhodou crowdfundingového financování je rychlost, flexibilita a možnost dozvědět se, zda je o náš produkt mezi lidmi zájem. Mezi nevýhodu a riziko, které tímto podstupujeme patří odcizení našeho nápadu někým jiným. Musíme si tedy dávat pozor na to, jaké informace se rozhodneme zveřejnit (6).

Venture kapitálové fondy

Tyto fondy investují kapitál, který získávají od soukromých osob. Mají možnost poskytovat velké množství finančních prostředků a investují je především do firem, které mají velký růstový potenciál (6).

Tito investoři vstupují do firmy formou navýšení základního kapitálu, spolupodílejí se na našem podnikání a nesou stejná práva a povinnosti jako my, vlastníci. Jednotlivé druhy fondů se liší podle oborů, na které se zaměřují, investiční strategií, ale také požadovanou výnosností a investičním horizontem (8).

Jakmile dojde k ukončení investování, můžou buďto prodat svůj podíl jinému investorovi nebo svůj podíl prodají majitelům samotné firmy. Cílem jejich investice je maximalizovat zhodnocení svých investovaných prostředků formou zvyšování hodnoty společnosti (3).

Dotace

Možnost, jak získat finanční prostředky na rozjezd svého podnikání je za pomoci čerpání dotací například z Evropských fondů. Dotace jsou rozděleny podle tématu a zaměření a každý dotační program má stanovený svůj cíl a rozpočet. Obě tato kritéria musí být při čerpání dotace dodržena (21).

Tento způsob získávání finančních prostředků není ovšem tak často využívaný, protože je oproti ostatním velmi administrativně náročný po celou dobu trvání. Zároveň je zde vysoká kontrola ohledně dodržování stanovených podmínek na čerpání dotací. Často jsou také kladeny vysoké požadavky, aby bylo možné dotace získat a začínající podnikatelé nejsou schopni všechny tyto požadavky splnit (6).

1.6 Analýza trhu

Před začátkem podnikání je vhodné analyzovat trh, na který se chystáme vstoupit. Budeme díky tomu dopředu vědět, jaké nám trh nabízí příležitosti, co nás zde může ohrozit a na co se máme připravit. K těmto analýzám můžeme využít PEST analýzu, Porterův model pěti sil a SWOT analýzu, díky níž si propojíme samotný podnik s jeho okolím (6).

Před vstupem na trh je potřeba prozkoumat také veškerá rizika, která nás během vstupu na trh a následného podnikání mohou potkat. Za tímto účelem bychom měli také provést analýzu rizik.

1.6.1 PEST analýza

Tato analýza slouží k analýze makrookolí podniku. Faktory, které se nacházejí v tomto okolí nemůže podnik nijak ovlivnit. Je tedy na začátku podnikání důležité identifikovat a vyhodnotit všechny tyto faktory, které mohou mít na naše podnikání dopad. PEST analýza nám rozděluje jednotlivé vlivy vyskytující se v makroprostředí a samotný název analýzy je odvozen od počátečních písmen jednotlivých faktorů – politické, ekonomické,

sociální a technologické (8). Tento model bývá často doplňován ještě dalšími dvěma faktory, mezi které patří faktory legislativní a ekologické.

Politické faktory

Tyto faktory zahrnují politickou situaci a její očekávaný vývoj (6).

Ekonomické faktory

Mezi tyto faktory patří makroekonomické ukazatele jako jsou: tempo růstu ekonomiky, nezaměstnanost, vývoj HDP, fáze hospodářského cyklu apod. Tyto faktory odrážejí aktuální ekonomickou situaci státu (3).

Sociální faktory

K těmto faktorům patří demografický vývoj, sociální skladba obyvatelstva, společenské a kulturní zvyky, úroveň vzdělání, životní styl apod. (6).

Technologické faktory

Zde bývají hodnoceny obecné technologické trendy, technická vyspělost regionu, stav dopravní a komunikační infrastruktury, výdaje na výzkum a další (6).

Legislativní faktory

Zde se řeší vliv národní, evropské a mezinárodní legislativy, vyhlášky, omezení či podpora zahraničního obchodu, daňové a ostatní regulace aj. (8).

Ekologické faktory

Tyto faktory se zabývají obecnou problematikou životního prostředí, možnosti využití přírodních zdrojů, možnosti recyklace atd. (8).

1.6.2 Porterův model pěti sil

Abychom mohli být jako firma úspěšní, je důležité znát naši konkurenci, jejich cíle a strategie a vědět jak o jejich silných, tak slabých stránkách (22).

K tomu abychom naši konkurenci dobře poznali, používáme Porterův model pěti sil. Jedná se o analýzu pěti konkurenčních sil, které podle Portera na trhu působí. Abychom byli jako firma úspěšní, je pro nás důležité tyto síly objevit, vyrovnat se s nimi a začít na ně reagovat (3).

„Intenzita těchto konkurenčních sil na daném trhu předjímá jeho profitabilitu. Pokud jsou uvedené konkurenční síly na trhu výrazné, bude profitabilita trhu nízká a naopak“ (22).

Mezi těchto pět konkurenčních sil řadíme:

Současná konkurence

Je vhodné zjistit, kolik konkurenčních firem se v našem okolí vyskytuje a jaký je mezi nimi vztah. Dále se zaměřit na to, jaké poskytují služby a kdo jsou jejich cíloví zákazníci. Můžeme taky objevit, v čem jsou jejich rezervy a co bychom mohli my, na rozdíl od nich nabídnout zákazníkům, abychom lépe uspokojili jejich poptávku (23).

Riziko vstupu potencionálních konkurentů

Zde zjišťujeme, jaké jsou bariéry vstupu na trh pro naše možné konkurenty. Jak je náročné se na trh dostat, zda jsou k tomu potřebné specifické znalosti, jak velká je investiční náročnost při vstupu na trh atd. (6).

Zákazníci

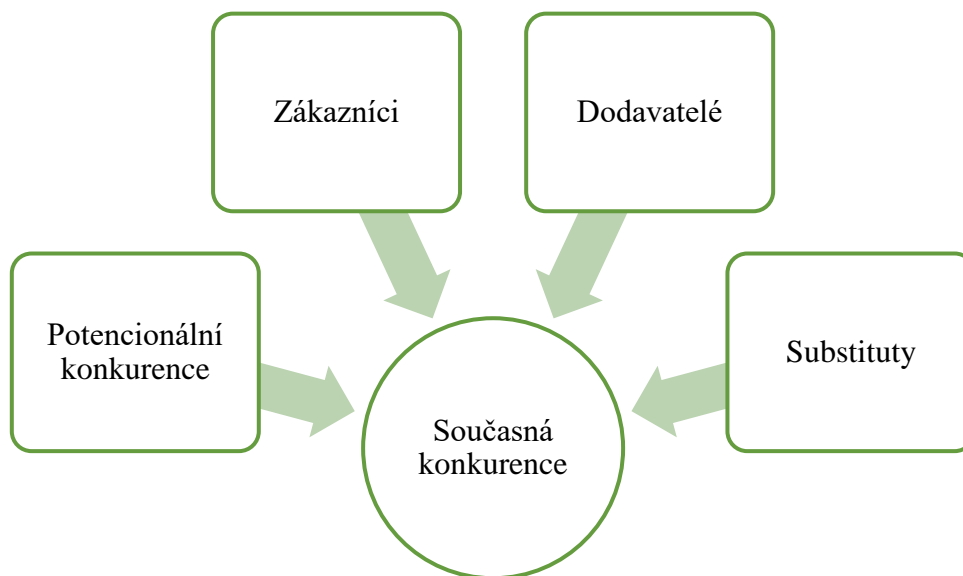
Zaměřujeme se zde na počet zákazníků v okolí a analyzujeme, jaké je jejich chování. Zda jsou loajální k dané značce nebo nakupují v závislosti na ceně daného produktu. Jak často a v jakém množství zákazníci své nákupy provádějí. Jestli své nákupy zákazníci plánují, popřípadě nakupují impulzivně (18).

Dodavatelé

Zde se bavíme o síle dodavatelů na trhu. Zda se tu vyskytuje malé či velké množství dodavatelů, jaké si jednotliví dodavatelé stanovují podmínky a jestli je problém najít spolehlivého dodavatele (24).

Hrozby substitučních produktů

Zde hrají roli možné substituty vyskytující se na trhu. Jaké je jejich množství a v čem jsou lepší než námi nabízené výrobky. Substituční produkty by mohly negativně ovlivnit naše podnikání a snížit naše tržby.



Obrázek č. 3: Porterův model pěti sil (Zdroj: Vlastní zpracování)

1.6.3 SWOT analýza

K tomu abychom mohli porovnat jak vnější, tak vnitřní prostředí podniku je využívána SWOT analýza. Analýza je rozdělená do čtyř kategorií, kde v každé z nich se zabýváme něčím jiným. Jsou to silné stránky (strenghts), slabé stránky (weakneses), příležitosti (oportunities), a hrozby (threats) (23).

Pomocí silných a slabých stránek provádíme interní analýzu firmy, kdežto příležitosti a hrozby se zaměřují na stránku externí. Při sestavování této analýzy je důležité vycházet z kvalitních zdrojů informací, využívat jen klíčové faktory a mít ji sestavenou přehledně a srozumitelně. Na základě této analýzy dostáváme ucelené informace o tom, jak se na tom firma nachází a z těchto informací můžeme dále vycházet například při budování lepšího postavení na trhu (6).

Silné stránky

Díky těmto stránkám posilujeme svou pozici na trhu a můžeme zjistit, v čem jsme lepší než konkurence. Mezi silné stránky patří naše dovednosti, schopnosti, znalosti aj. Konkrétním příkladem silné stránky mohou být kvalifikovaní zaměstnanci nebo unikátní know-how (25).

Slabé stránky

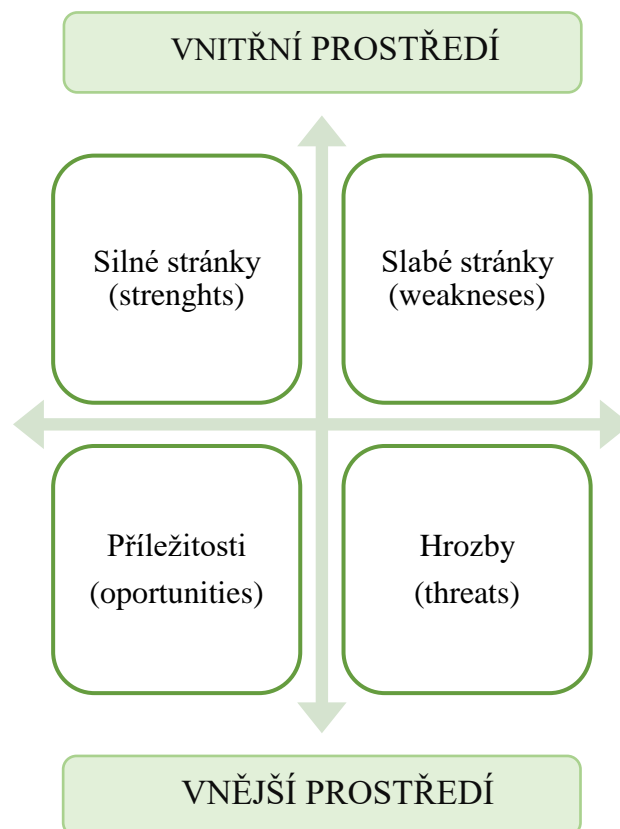
Tyto stránky nám říkají, v čem si vedeme hůře než naši konkurenti a na čem bychom měli v budoucnu zapracovat abychom posílili naši pozici na trhu. Mezi slabé stránky můžeme řadit například horší kvalitu zboží či služeb, vyšší ceny či špatnou marketingovou komunikaci (6).

Příležitosti

Zde patří externí skutečnosti, které mohou firmě pomoci, pokud je dokážeme objevit a správně využít. Patřit zde může technologický rozvoj, využívání přírodních zdrojů případně jiné aktuální trendy (25).

Hrozby

Tyto faktory mohou ohrozit naši konkurenceschopnost a ovlivnit velikost našich tržeb. Mezi hrozby můžeme řadit například nové konkurenty, změny v právním prostředí nebo změny zákaznických preferencí (22).



Obrázek č. 4: SWOT analýza (Zdroj: Vlastní zpracování podle (22))

1.6.4 Analýza rizik

Abychom mohli provést analýzu rizik, musíme si napřed uvědomit, co jsou to rizika a jak je poznat. Analýzu rizik také zařazujeme do podnikatelského plánu, aby poskytovatele kapitálu věděli, že se riziky zajímáme a jsme si jich vědomi (8).

„Riziko je nejistá událost nebo podmínka, která pokud nastane, má negativní vliv na dosažení cíle projektu“ (26).

„Riziko v souvislosti s podnikatelským plánem chápeme jako negativní odchylku od cíle“ (18).

Každý projekt, který máme uskutečnit s sebou nese řadu rizik. Ať už se jedná o otevření nového podniku nebo přípravu konference. Je důležité mít o rizicích přehled a umět je řídit a předcházet jim. Díky tomu, že budeme rizika umět řídit můžeme snížit pravděpodobnost vzniku problému, ušetřit peníze a hlavně zvýšit pravděpodobnost dosažení cíle (27).

Pomocí analýzy rizik si nejprve identifikujeme všechna rizika, která mohou nastat a poté se snažíme ke každému riziku najít vhodné opatření. Snažíme se jednak najít opatření která provedeme, pokud dané riziko nastane, zároveň se ale snažíme také najít opatření, která by mohla snížit možnost výskytu rizika nebo výskytu rizika zcela předejít (8).

Jednou z možností, jak provést analýzu rizik je za pomoci expertního hodnocení. V tomto hodnocení posuzujeme významnost jednotlivých rizik vzhledem k plánovaným cílům našeho podniku. Významnost jednotlivých rizik určujeme za pomoci dvou hledisek – pravděpodobnost výskytu rizika a intenzita negativního vlivu. Čím vyšší je pravděpodobnost a intenzita negativního vlivu rizika, tím vyšší je pro nás jeho významnost (18).

K orientačnímu zjištění významnosti rizika můžeme použít metodu RIPRAN (Risk Project Analysis). V této metodě využíváme verbálního hodnocení významnosti rizika. Na začátku si identifikujeme jednotlivá rizika projektu. Poté ke každému riziku přiřadíme hodnotu pravděpodobnosti jeho výskytu a hodnotu intenzity negativního vlivu na náš projekt. Následně tyto hodnoty pomocí tabulky porovnáme a zjistíme, jak moc je pro nás riziko významné a podle toho s ním budeme dále pracovat. Hodnoty míry intenzity dopadu můžeme upravovat podle aktuálního projektu a požadavků na něj (27).

Tabulka č. 1: Hodnota výskytu rizika

(Zdroj: Vlastní zpracování podle (27))

HODNOTA PRAVDĚPODOBNOTI VÝSKYTU RIZIKA	
Nízká pravděpodobnost (NP)	Pod 33 %
Střední pravděpodobnost (SP)	33-66 %
Vysoká pravděpodobnost (VP)	Nad 66 %

Nízká pravděpodobnost (NP) – riziko se může vyskytnout, ale je to spíše nepravděpodobné. Vyskytuje se za specifických podmínek nebo ve výjimečných případech.

Střední pravděpodobnost (SP) – za určitých podmínek je spíše pravděpodobné, že dojde k výskytu rizika. Spíše se zde počítá s výskytem rizika.

Vysoká pravděpodobnost (VP) – je zde téměř jisté, že dojde k výskytu rizika.

Tabulka č. 2: Velikost negativního dopadu

(Zdroj: Vlastní zpracování podle (27))

VELIKOST NEGATIVNÍHO DOPADU	
Malý negativní dopad (MD)	Škoda do 0,5 % z celkové hodnoty projektu.
Střední negativní dopad (SD)	Škoda 0,51-20 % z celkové hodnoty projektu.
Velký negativní dopad (VD)	Škoda nad 20 % z celkové hodnoty projektu.

Malý negativní dopad (MD) – riziko s nízkým dopadem může vyžadovat minimální úpravy projektu. Jestliže tyto úpravy neprovedeme, tak se téměř nic nestane, protože tato rizika nebudou mít velký vliv na konečný výsledek projektu.

Střední negativní dopad (SD) – tato rizika už mohou zapříčinit opožděné splnění konkrétního milníku v plánu projektu, kvůli čemu se nám mohou zvýšit náklady na projekt. Kvůli těmto rizikům hrozí zasahování do plánu projektu a jeho upravování.

Velký negativní dopad (ND) – kvůli rizikům s velkým dopadem může být ohrožen jak samotný cíl projektu, tak termín naplnění tohoto cíle. To může způsobit nedodržení plánovaného rozpočtu na projekt.

Tabulka č. 3: Hodnota významnosti rizika

(Zdroj: Vlastní zpracování podle (27))

HODNOTA VÝZNAMNOSTI RIZIKA			
	MD	SD	VD
NP	Nízká hodnota rizika (NHR)	Nízká hodnota rizika (NHR)	Střední hodnota rizika (SHR)
SP	Nízká hodnota rizika (NHR)	Střední hodnota rizika (SHR)	Vysoká hodnota rizika (VHR)
VP	Střední hodnota rizika (SHR)	Vysoká hodnota rizika (VHR)	Vysoká hodnota rizika (VHR)

Nízká hodnota rizika (NHR) – tato rizika jsme schopni vyřešit operativně a není třeba jim věnovat zvýšenou pozornost.

Střední hodnota rizika (SHR) – o těchto rizicích je dobré vědět a mít připravené opatření, kterým budeme moci intenzitu nebo pravděpodobnost rizika snížit.

Vysoká hodnota rizika (VHR) – pokud tato rizika nastanou, mohou mít zásadní vliv na náš projekt a mohou ho ohrozit. Proto je nutné těmto rizikům věnovat dostatečnou pozornost.

2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

Ve druhé části bakalářské práce se budu zabývat analýzou současného stavu. Nejprve ve stručnosti představím svůj podnikatelský záměr, který bude dále zmíněn v poslední části práce. Následně provedu analýzu okolí podniku, ke které využiji PEST analýzu, Porterův model pěti sil a SWOT analýzu. Tyto analýzy doplním o analýzu rizik, abych věděla, jaká rizika mě mohou během podnikání potkat. Na základě těchto analýz zhodnotím, zda je vhodné v tomto prostředí začít podnikat a jaké se zde vyskytují příležitosti, popřípadě hrozby, které by mohly negativně ovlivnit podnikání. V závěru druhé části bude vypracováno dotazníkové šetření.

2.1 Proč bezobalový obchod?

Od narození bydlím v blízkosti města Valašské Meziříčí. Město se nachází v okrese Vsetín ve Zlínském kraji u soutoku Rožnovské a Vsetínské Bečvy. Ve městě a jeho místních částech žije okolo 22 tisíc obyvatel. I přesto, že se jedná o malé město, tak nabízí velkou škálu možností, jak zde trávit volný čas. Ve městě se nacházejí například kavárny, sportoviště, čajovny, restaurace, bazén aj. (28).



Obrázek č. 5: Valašské Meziříčí (Zdroj: www.mapy.cz)

Když jsem však na střední škole poprvé začala hledat přivýdělek a dívala se, jaké mám možnosti, tak zde byla většina nabídek tvořena poptávkou supermarketů, které se zde nacházejí. Ke dni 19. 1. 2021 se ve Valašském Meziříčí nachází 7 supermarketů. Nezbylo mi, než jít na brigádu právě do jednoho z těchto supermarketů.

Jedna z věcí, které jsem si všimla a která mě trápila, bylo velké množství obalů, ve kterých byly zejména potraviny nejen baleny, ale také přepravovány. Řekla jsem si, že je škoda že občané města nemají jinou možnost, jak tohle zboží pořídit, než ho nadále kupovat v supermarketech a tím stále vytvářet nový odpad. Vytvořením bezobalového obchodu tedy vznikne občanům jednak možnost nakoupit základní potraviny bez nutnosti kupovat je v určitém množství v předem balených sáčcích, ale budou mít také možnost podpořit živnostníka namísto toho, aby dávali své peníze do těchto supermarketů.

2.2 Analýza okolního prostředí

2.2.1 PEST analýza

V rámci této analýzy zjistím, jak různé oblasti ovlivňují okolí podniku. Budu zde pracovat s daty a jejich změnami za poslední měsíce, protože tato data jsou a budou ovlivněna pandemií COVID.

Politicko-legislativní prostředí

Ať už se člověk rozhodne začít podnikat v jakémkoliv sektoru, je potřeba sledovat politické dění v zemi. Bývají vydávány buďto novely zákonů nebo místní vyhlášky, které mohou podnikání ovlivnit.

Již nyní je dočasně omezena činnost velké části podnikatelů, právě kvůli pandemii COVID a podmínky, za jakých můžou provozovat své podnikání se jim často mění ze dne na den. Až se ovšem situace uklidní a bude se moci opět volně podnikat, bude se má podnikatelská činnost muset řídit určitými zákony. Mezi základní zákoníky, kterými se budu muset řídit patří:

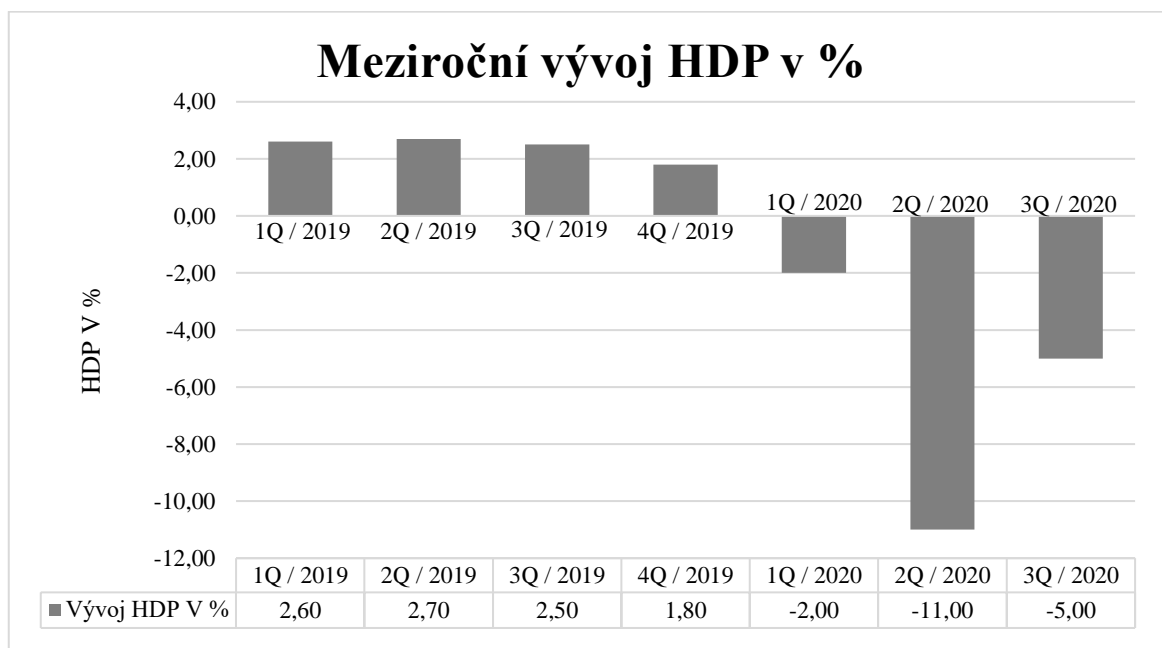
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
- Zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon
- Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce
- Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví

- Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmu
- Zákon č. 477/2001 Sb., o obalech
- Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví

Ekonomické prostředí

V dnešní době se bohužel státní ekonomika nenachází v dobré formě, a to z důvodu koronavirové krize se kterou se nejen Česká republika potýká od první poloviny roku 2020. Tato krize má vliv především na hrubý domácí produkt (HDP), který v jednotlivých kvartálech roku 2020 velmi klesal oproti loňskému roku. V prvním čtvrtletí roku 2020 došlo k meziročnímu poklesu o 2 %, ve druhém čtvrtletí došlo k poklesu o 11 % a ve třetím čtvrtletí k poklesu o 5 % (29).

Na následujícím grafu je zobrazen meziroční vývoj HDP uvedený v procentech v jednotlivých kvartálech roku 2019 a 2020.



Graf č. 1: Meziroční vývoj HDP v % (Zdroj: Vlastní zpracování podle (29))

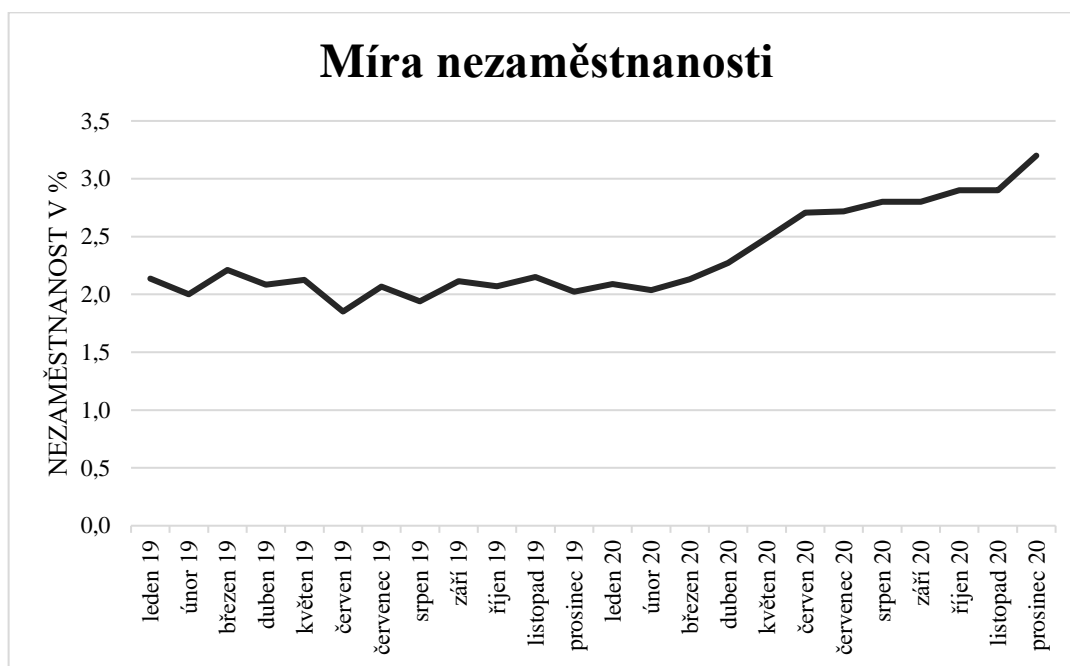
Tato krize měla a hlavně bude mít vliv také na nezaměstnanost. Kvůli vládním opatřením, která byla kvůli pandemii COVID vydávána, byli podnikatelé nuceni omezit či dokonce pozastavit svou činnost. Právě kvůli tomu u nich od té doby dochází k propouštění zaměstnanců nebo k samotnému ukončení podnikání. V následující tabulce je uvedena obecná míra nezaměstnanosti v procentech od ledna 2019 do prosince 2020 očištěna od sezónních vlivů.

Tabulka č. 4: Míra nezaměstnanosti v %

(Zdroj: Vlastní zpracování podle (30))

Míra nezaměstnanosti v % od ledna 2019 do prosince 2020			
Rok 2019		Rok 2020	
Leden 2019	2,1	Leden 2020	2,1
Únor 2019	2,0	Únor 2020	2,0
Březen 2019	2,2	Březen 2020	2,1
Duben 2019	2,1	Duben 2020	2,3
Květen 2019	2,1	Květen 2020	2,5
Červen 2019	1,9	Červen 2020	2,7
Červenec 2019	2,1	Červenec 2020	2,7
Srpen 2019	1,9	Srpen 2020	2,8
Září 2019	2,1	Září 2020	2,8
Říjen 2019	2,1	Říjen 2020	2,9
Listopad 2019	2,2	Listopad 2020	2,9
Prosinec 2019	2,0	Prosinec 2020	3,2

Grafické znázornění míry nezaměstnanosti očištěné od sezónních vlivů:



Graf č. 2: Míra nezaměstnanosti (Zdroj: Vlastní zpracování podle (30))

Sociální prostředí

Jak již bylo zmíněno, ve Valašském Meziříčí a jeho městských částech žije okolo 22 tisíc obyvatel. Následující tabulky zobrazují strukturu obyvatelstva a vývoj počtu obyvatel od roku 2015.

Tabulka č. 5: Počet obyvatel ve Valašském Meziříčí

(Zdroj: vlastní zpracování podle (31))

Počet obyvatel ve Valašském Meziříčí v letech 2015-2020						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Počet obyvatel celkem	22 449	22 309	22 200	22 217	22 306	22 148

Na základě tabulky č. 5 lze usoudit, že celkový počet obyvatel ve Valašském Meziříčí je velmi vyrovnaný a v letech 2015-2020 nedošlo k žádným nezanedbatelným výkyvům. Protože je zde stále dobrá životní úroveň a město se snaží, aby se zde obyvatelé cítili dobře, neočekávám, že by v dalších letech mělo docházet k výraznému snižování počtu obyvatel.

Tabulka č. 6: Počet obyvatel ve Valašském Meziříčí

(Zdroj: Vlastní zpracování podle (29))

Počet obyvatel ve Valašském Meziříčí ke 31. 12. 2020	
Celkový počet obyvatel	22 306
Muži	10 694
Ženy	11 455

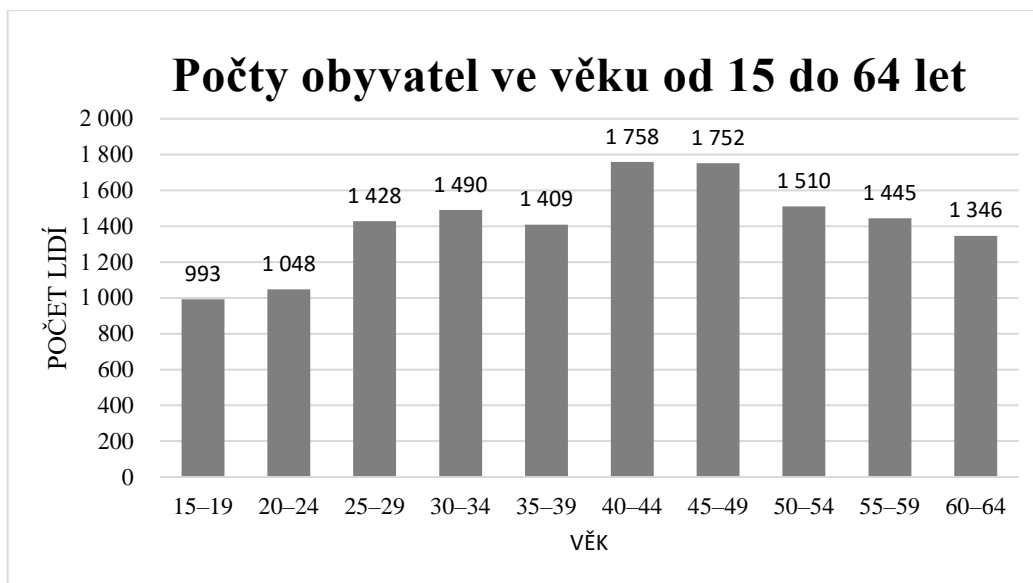
Co se týká počtu mužů a žen ve městě, jsou i tyto rozdíly zcela zanedbatelné. Podle statistik se zde ke 31. 12. 2020 vyskytovalo o 751 více žen. Takto malý rozdíl pro mě nemá zcela žádný význam.

Tabulka č. 7: Věková struktura obyvatel ve Valašském Meziříčí

(Zdroj: Vlastní zpracování podle (32))

Věková struktura obyvatel ve Valašském Meziříčí ke 31. 12. 2019	
0-14 let	3 371
15-64 let	14 179
65 a více let	4 756

Přes polovinu obyvatel tvoří lidé ve věkovém rozmezí 15-64 let. Na následujícím grafu je detailněji zobrazeno věkové složení této skupiny. Právě v této skupině obyvatel se bude nacházet největší procento našich potenciálních zákazníků.



Graf č. 3: Obyvatelé ve věku 15-64 let k 31. 12. 2019 (Zdroj: Vlastní zpracování podle (32))

Podle grafu č. 3 můžu říct, že nejvíce obyvatel se nachází ve věkovém rozmezí 40-49 let. Počet obyvatel v tomto rozmezí je více než 3200. Další nejpočetnější skupinou jsou obyvatelé ve věku 50-54 let, těch ve městě žije okolo 1500. Věkový průměr všech obyvatel je 43,3 let.

Technické prostředí

V dnešní době se veškeré technologie vyvíjí velmi rychle a na trhu se stále objevují zcela nové nebo alespoň vylepšené zařízení. Co se týče samotné provozovny bezobalového obchodu, nebudou zde žádná speciální zařízení potřeba.

Kvůli povinné elektronické evidenci tržeb, která v České republice začala fungovat v roce 2016 bude potřeba pořídit zařízení, které dokáže elektronicky komunikovat přes internet a mít kvalitní připojení k internetu (33).

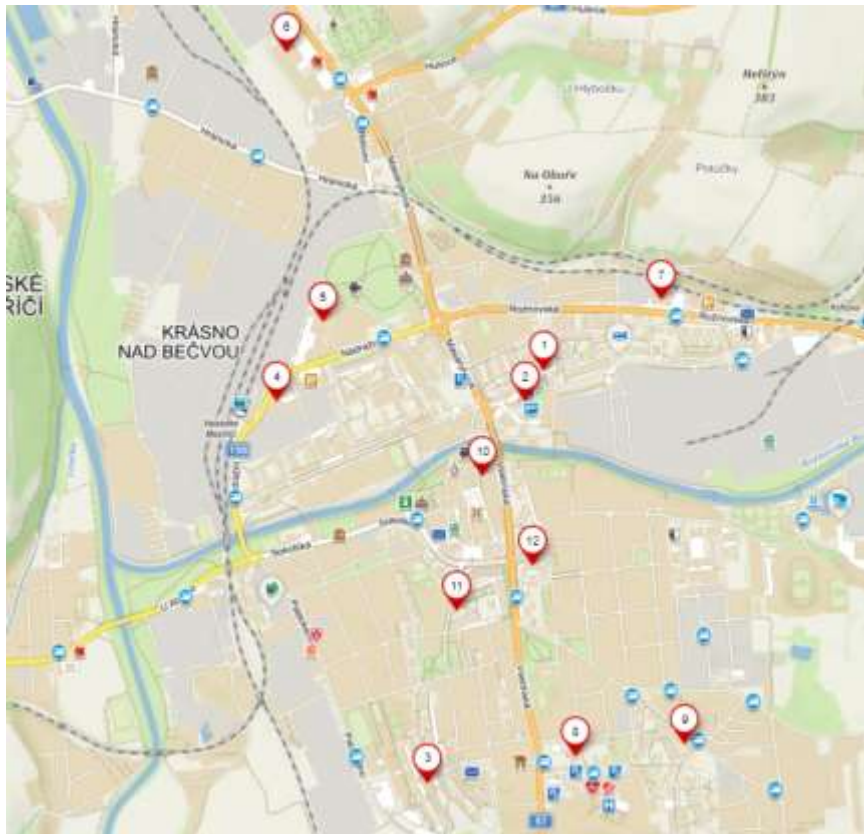
Dalším zařízením, které by bylo vhodné pořídit je mobilní telefon. Ten může sloužit jednak ke komunikaci s dodavateli, tak jako marketingový nástroj ke komunikaci se zákazníky prostřednictvím sociálních sítí jako je Facebook nebo Instagram.

2.2.2 Porterův model pěti sil

Další analýzu budu věnovat konkurenčnímu prostředí, které podnik obklopuje a které může mít na podnikání podstatný vliv. Zjistím, jak na sebe budou vzájemně působit podnik a jeho konkurence, dodavatelé a odběratelé.

Současná konkurence

Jak již bylo na začátku uvedeno, ve městě se nachází 7 velkých supermarketů, které nabízejí základní potraviny, které chci také nabízet ve svém podniku. Kromě těchto supermarketů se po celém městě vyskytuje spousta menších obchůdků, kde je totožné zboží možné také sehnat. Na následující mapce jsou zaznačeni největší konkurenti. Čísla 1-7 označují právě 7 velkých supermarketů, čísla 8-12 jsou označeni menší prodejci.



Obrázek č. 6: Mapa konkurenčních podniků (Zdroj: www.mapy.cz)

Všechny tyto obchody nabízejí stejné či podobné zboží, které je předem nabaleno převážně do plastových či papírových obalů. V okolí se však nevyskytuje žádný konkurent, který by nabízel možnost bezobalového nákupu potravin.

Silnou stránkou konkurenčních firem je, že téměř všechny mají své provozovny otevřeny denně přibližně od 7:00 do 21:00. Dále nabízí produkty od nejrůznějších dodavatelů, takže si zákazník může vybrat z velkého množství zboží v nejrůznějších kvalitách a cenových hladinách.

Riziko vstupu nových konkurentů

Na trhu vždy existuje riziko, že začne ve stejném oboru podnikat někdo další a tohle riziko podstupuje každý nově příchozí na trh. Začít podnikat může totiž každý, kdo má dostatečně velký počáteční kapitál a odvalu.

Jelikož ale město Valašské Meziříčí patří mezi malá města, nedochází zde často ke vzniku nových podniků. Podniky, které zde v posledních letech vznikly se zaměřovaly spíše na pohostinství nebo kadeřnické služby. Nachází se zde pouze pár obchodů s potravinami vedených živnostníky.

Zákazníci

Díky tomu, že se v obchodě budou nabízet základní potraviny, které doma každý využívá, existuje velká skupina zákazníků, která zde může nakupovat. Ze svých zkušeností a na základě pozorování bych řekla, že mezi zákazníky budou patřit hlavně ženy, protože jsou to právě ony, kdo častěji provádí nákupy do domácnosti.

Cílovou skupinu zákazníků bych ovšem zúžila spíše na ženy mladšího věku od 18 do 40 let. V dnešní době se totiž spíše mladí lidé zaměřují na ekologii a snaží se produkovat co nejméně zbytečného odpadu, a právě proto by mohli mít zájem o nákup v bezobalovém obchodu. Naopak u starších lidí důchodového věku očekávám menší zájem, a to z důvodu, že tento styl nakupování neznají a je to něco nového, co ne každý bude mít zájem vyzkoušet a raději budou dále nakupovat tak, jak jsou zvyklí.

Dodavatelé

Před samotným podnikáním bude potřeba připravit provozovnu. Co nejvíce věcí týkající se rekonstrukce bych se pokusila udělat a zajistit sama s pomocí přátel a rodiny, abych ušetřila co nejvíce finančních prostředků za externí pracovníky. Nejružnější druhy pořadačů a zásobníků se budou moci nakoupit například od společnosti HL Display.

Poté bude třeba zajistit kvalitní a spolehlivé dodavatele surovin. Rozhodně bych se pokusila podpořit různé místní podnikatele a odebírat některé produkty právě od nich. Primární pro mě ovšem bude především kvalita a poté pořizovací cena daného zboží.

Substituční produkty

V tomhle odvětví je bohužel velké množství substitučních produktů, které se dají sehnat kdykoliv a téměř všude. Tuto hrozbu, stejně jako konkurenci není možné nijak

eliminovat. Jelikož se ale stejná služba nabízející možnost nakoupit si bezobalově ve městě nevyskytuje, bude stačit, když přesvědčím zákazníky, aby nakupovali v mé prodejně, protože si jednak mohou nakoupit množství které potřebují, ale hlavně budou produkovat méně odpadu. Zároveň také může pro některé ze začátku být nákup v bezobalovém obchodě nevšedním zážitkem.

2.2.3 SWOT analýza

Ve SWOT analýze se budu věnovat jak internímu prostředí podniku, kde zhodnotím silné a slabé stránky podniku a dále externímu prostředí kde zjistím, jaké má podnik příležitosti a jaké jsou naopak jeho hrozby.



Obrázek č. 7: SWOT analýza bezobalového obchodu (Zdroj: Vlastní zpracování)

Silné stránky

Mezi silné stránky bezobalového obchodu bych určitě zařadila fakt, že se jedná o nový koncept, který se teprve v posledních letech rozjíždí a stále by se dal zařadit mezi novinku. Dále patří mezi silnou stránku to, že dochází ke snižování odpadu. Jelikož si zákazníci budou zboží odnášet ve svých nebo koupených krabičkách na opětovné použití, sníží tak množství obalu, který by vytvořili nákupem předem zabalených věcí v supermarketech. Další výhodou je, že bude nabízeno zboží především od lokálních dodavatelů. Svým nákupem tak zákazník podpoří rovnou dva menší podnikatele na rozdíl od nákupu v supermarketu, kde podporuje pouze velké firmy, kterým jde především o zisk. Velkým benefitem, oproti supermarketům je také osobní přístup k zákazníkům. Jelikož se bude jednat o menší prodejnu, bude možnost zákazníkům poradit s jejich nákupem a popřípadě zodpovědět jejich dotazy jak ohledně zboží, tak samotného nákupu. Časem může také dojít k navázání bližšího vztahu s pravidelnými zákazníky a tím vytvoření ještě více příjemného prostředí pro jejich nákup.

Slabé stránky

Hlavní slabou stránkou je má nulová zkušenost s podnikáním. Bude tedy nutné alespoň načíst odbornou literaturu, zjistit jak co nejlépe podnikání vést a čeho se vyvarovat. Není dobré jít do začátku podnikání s přehnaným očekáváním a vidinou rychlého zbohatnutí. Další slabou stránkou je fakt, že lidé se budou muset připravit před samotným nákupem. Bude nutné si přichystat krabičky, ve kterých si svůj nákup odnesou. Aby nedošlo zcela k omezení nákupu pro zákazníky, kteří jdou náhodou kolem, bude možnost na místě zakoupit krabičky v různých velikostech na potřebný nákup. Mezi slabou stránku bude také patřit omezená otevírací doba prodejny. Oproti supermarketům, které jsou otevřeny téměř denně od rána do večera, bude tato prodejna otevřena v pracovní dny od 8:00 do 17:00 a v sobotu od 8:00 do 11:30.

Příležitosti

Hlavní příležitostí je nabídnout lidem nový způsob nakupování. Budou mít možnost nakoupit zboží rovnou do vlastních krabiček a v zároveň v takovém množství, které právě potřebují. Zamezí se tak zároveň plýtváním potravin, ke kterému dochází, když si zákazníci nakoupí v supermarketu klasické balení, ze kterého ovšem využijí jen část obsahu a zbytek poté často vyhodí, protože pro tyto suroviny nemají další využití. Dále

se bude jednat o první bezobalový obchod ve městě a už z toho důvodu zde přijde spousta lidí se alespoň podívat, aby zjistili, o co se jedná. Důležité je využití příležitosti, kdy se v dnešní době začíná zvyšovat zájem o ochranu životního prostředí. Ať už se jedná o recyklaci, snižování využití jednorázových plastů, či právě snižovat plýtvání potravinami.

Hrozby

Mezi hlavní hrozby se řadí v dnešní době především opatření státu. Jelikož se jedná o novou formu prodeje potravin, mohou být stále upravovány podmínky pro tento typ prodeje. Dále kvůli koronavirové krizi může být tento druh podnikání zcela pozastaven, protože se jedná právě o prodej bez obalů, kdy zákazníci mají přímý kontakt s potravinami, a i za běžné situace je zde nutné dodržovat velké množství hygienických podmínek. Další hrozbou je pro mě konkurence ve formě supermarketů či menších obchůdků s potravinami. Tyto provozovny mají často kromě delší otevírací doby také větší výběr surovin a zákazníci tam mohou nakoupit různé zboží všech kategorií, a ne pouze potraviny. Za další hrozbu považuji vznik nových konkurentů. Jedná se o další hrozbu, kterou nemůžu ovlivnit a budu moci začít reagovat až v případě, že tento problém nastane. Poslední hrozbou je nezájem o tento druh nákupu. Tento problém očekávám ale především u starší generace, která ne má ráda změny a bude věrná klasickému nákupu v supermarketech.

2.2.4 Analýza rizik

Další analýzou, kterou provedu je analýza rizik. Zaměřím se na ta největší rizika, která mohou nastat před založením podniku a v průběhu několika měsíců po jeho otevření.

Popíšu, co pro mě jednotlivá rizika znamenají a v čem by mohly ohrozit vznik podniku a následně jeho provoz. V závislosti na významnosti rizika se poté pokusím najít vhodná opatření, pomocí kterých bych mohla snížit pravděpodobnost výskytu rizika nebo jeho dopad.

V následující tabulce jsou vypsána hlavní rizika, která by mohla nastat. Ke každému riziku je přiřazena míra pravděpodobnosti, že dané riziko nastane a velikost případného dopadu, kdyby následně dané riziko nastalo. Pomocí tabulky č. 3 jsem zjistila, jakou významnost pro mě mají jednotlivá rizika.

Tabulka č. 8: Významnost rizik

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Významnost rizik			
RIZIKO	Pravděpodobnost rizika	Dopad rizika	Významnost rizika
Neseženu včas dostatek financí	SP	SD	SHR
Neseženu prostor	NP	VD	SHR
Neseženu dodavatele	NP	SD	NHR
Zavřeno kvůli opatřením	SP	VD	VHR
Lidé nebudou mít zájem	NP	VD	SHR

Neseženu včas dostatek financí – první riziko, které může nastat je, že neseženu dostatek financí k tomu, abych mohla začít podnikat. Může nastat, že budu mít například domluvený pronájem nebo koupi prostor, ale nestihnu sehnat potřebné finance a prostory budou nabídnuty někomu jinému. Toto riziko má pro mě střední hodnotu významnosti rizika. Pokud bych nesehnala dostatečné množství financí, musela bych odložit začátek podnikání a věnovat další čas sháněním zbylé části finančních prostředků, která mi chybí. Jako opatření by mohlo sloužit mít větší časovou rezervu na získání peněžních prostředků.

Neseženu prostor – další rizikem je to, že nemusím sehnat prostor potřebný pro podnikání. I zde je významnost rizika na střední hodnotě. Zvolila jsem nízkou pravděpodobnost, protože často nacházím ve městě nabídky na pronájem prostorů a šance, že by se ve městě a jeho okolí nenašel prostor na podnikání je malá. Dopad má toto riziko ovšem velký, protože když neseženu prostory, nemůžu otevřít podnik a začít podnikat. Musela bych tedy čekat, než by se někde uvolnily prostory, které bych si mohla pronajmout. Na tohle riziko bohužel nelze najít vhodné opatření, protože nabídku prostorů k pronájmu nemůžu nijak ovlivnit.

Neseženu dodavatele – riziko s nejnižší hodnotou pro mě je, že neseženu dodavatele a neměla bych tedy co prodávat. Je zde zvolena nízká pravděpodobnost, protože předpokládám, že když budu mít na koupi zboží vyčleněno dostatek finančních

prostředků, nebudou mít dodavatelé problém mi zboží prodat. Kdyby to ovšem nastalo, bude to mít střední dopad, protože budu muset shánět zboží na jiných místech, popřípadě od jiných, pro mě méně výhodných dodavatelů. Abych tohle riziko snížila, je dobré mít vyhlídnutých více dodavatelů, kteří by mi své produkty mohli prodat popřípadě mít již dopředu nákup zboží smluvně domluven.

Zavřeno kvůli vládním opatřením – v dnešní době, kdy je koronavirová pandemie, často vychází různá vládní nařízení, která omezují nebo zcela pozastavují podnikatelské aktivity ve velkém množství sektorů. Vzhledem k aktuální situaci v březnu 2020 a jejímu vývoji v následujících měsících je střední pravděpodobnost, že by toto riziko mohlo nastat. Dopad by to na mé podnikání mělo ovšem vysoký, protože bych musela přerušit provoz a tím bych přišla o plánované tržby, kdežto náklady na provoz by stále vznikaly. Jediným opatřením je mít dostatek finančních prostředků, abych mohla pokrýt případnou ztrátu, která by nastala v důsledku vládních opatření.

Lidé nebudou mít zájem – poslední velké riziko, které může nastat, pokud se podaří prodejnu otevřít je to, že lidé nebudou mít o tento druh nákupu zájem. Pravděpodobnost jsem zvolila malou, a to z důvodu, že v dnešní době hlavně mladí lidé mají zájem o životní prostředí a o produkovaní co nejméně odpadu. Možnosti nákupu v bezobalové prodejně by tedy spíše využívali. Dopad by to ovšem mělo vysoký. Pokud by nikdo neměl zájem o nákup v prodejně, neměla bych tržby a musela bych tak podnikání brzy ukončit. Aby bylo tohle riziko omezeno, je potřeba před začátkem podnikání provést důkladnou analýzu trhu a například pomocí dotazníku zjistit, zda by byl o bezobalový obchod zájem.

2.2.5 Závěr získaný z těchto analýz

Z provedených analýz jsem zjistila, že největším problémem bude velká konkurence, kterou tvoří jak supermarkety, tak menší obchůdky nabízející potraviny. Jejich hlavní výhoda je ta, že nabízejí delší otevírací dobu a širší sortiment. Díky tomu jsou lidem vždy k dispozici a mají jim co nabídnout. Bezobalový obchod bude mít konkurenční výhodu v tom, že by zde měly být kvalitní suroviny od místních dodavatelů a zároveň si lidé budou moci nakoupit do vlastních krabiček, čímž pomáhají životnímu prostředí. Současně zde bude osobní přístup ke každému zákazníkovi. Díky analýze rizik jsem zjistila, že bude důležité také před otevřením provést dotazníkové šetření mezi obyvateli města, abych věděla, zda mají o tento obchod zájem a zda by zde své nákupy prováděli.

Na základě tohoto dotazníku budu vědět, kdo by měl zájem zde nakupovat, jak často by zde nákupy prováděl a jakou cenu by byl ochoten za zboží zaplatit. Důležitým faktorem bude také vývoj koronavirové krize, kvůli které může dojít k omezení provozu či jeho úplnému zastavení. Dále je z důvodu této krize značně omezován volný pohyb obyvatelstva a to by mohlo mít vliv na získávání nových zákazníků. Je tedy nutné zvážit všechny faktory, které mohou ovlivnit vznik podniku a jeho následný provoz.

2.3 Dotazníkové šetření

V rámci práce jsem se rozhodla udělat také dotazníkové šetření, abych například zjistila, zda mají lidé ve Valašském Meziříčí o bezobalovou prodejnu zájem, jak často by ji navštěvovali a kolik peněz by zde byli ochotni utratit.

Dotazník byl sestaven tak, abych na jeho základě mohla předpokládat, jak velké bych mohla mít v začátcích podnikání tržby, z toho odvodit přibližnou výši měsíčních nákladů a zjistit, kolik finančních prostředků potřebuji na začátek podnikání.

Jelikož jsem potřebovala, aby na dotazník odpovídali obyvatelé Valašského Meziříčí nebo jeho městských částí, rozhodla jsem se pro papírovou formu dotazníků. Dotazníky mi pomohli distribuovat rodiče a partner do svých zaměstnání, kde mi je většina lidí ochotně vyplnila. Další část odpovědí jsem získala od lidí, kteří se pohybovali v centru města a byli ochotni se mnou dotazník vyplnit.

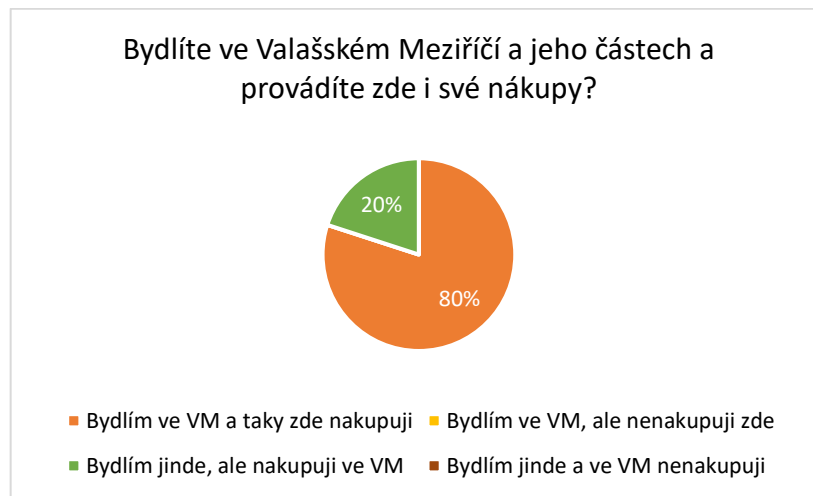
Celá verze dotazníku je uvedena v příloze bakalářské práce.

2.3.1 Výsledky dotazníkového šetření

Dotazník se skládá z devíti otázek, které mi mají pomoci zjistit, zda je ve městě o podnik zájem a zda by lidé uvítali mít zde možnost bezobalového nákupu. První dvě otázky jsou obecné a slouží k tomu, abych se dozvěděla základní údaje o respondentech. Následující 3 otázky jsou věnovány nákupu obecně a zbylé 4 otázky jsou zaměřeny právě na bezobalovou prodejnu. Celkem jsem měla připraveno 150 dotazníků. Z tohoto množství se mi vrátilo 130 vyplněných dotazníků.

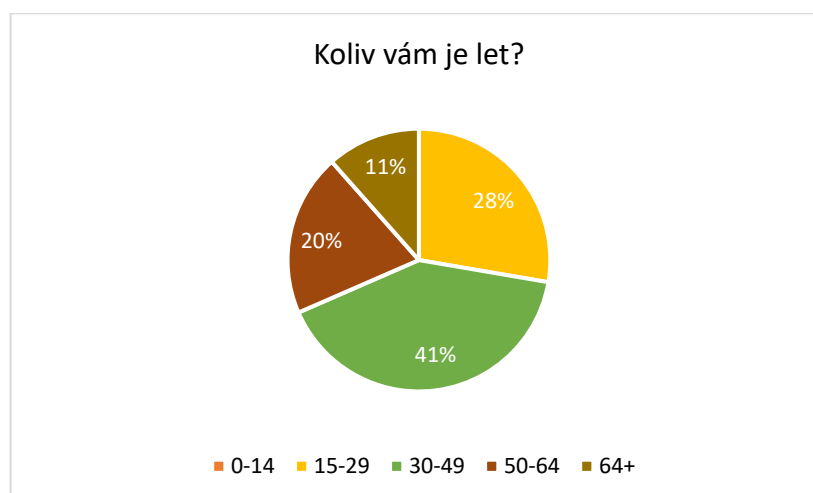
První otázka směřovala na to, zda dotazovaní bydlí ve Valašském Meziříčí nebo v jeho příměstských částech a provádějí zde své nákupy. Ze 130 dotázaných jich 104 uvedlo, že bydlí ve Valašském Meziříčí a provádějí zde své nákupy. Zbylý počet dotázaných uvedlo,

že sice ve Valašském Meziříčí nebydlí, ale své nákupy zde provádějí. Nabízené odpovědi „Bydlím ve VM, ale nenakupuji zde“ a „Bydlím jinde a ve VM nenakupuji.“ nevolil žádný z dotázaných respondentů.



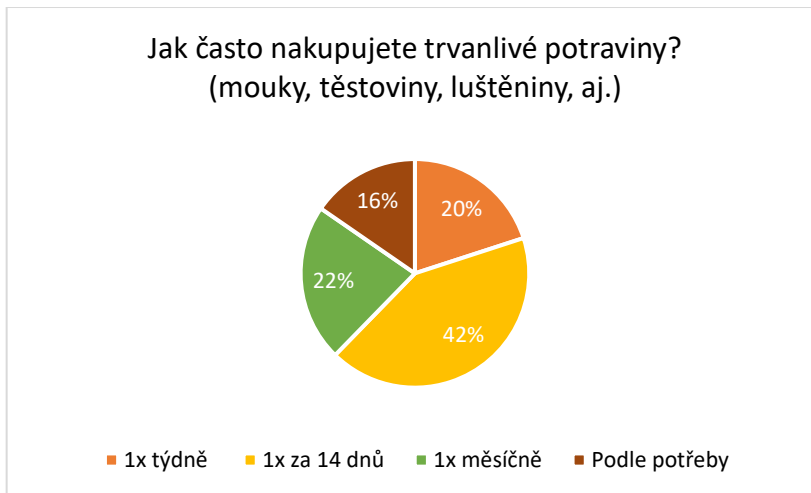
Graf č. 4: Dotazníkové šetření 1. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)

Další otázkou jsem zjišťovala věk respondentů, abych věděla, zda by se mohlo jednat o potenciální zákazníky či nikoliv. Nejvíce dotázaných se nacházelo ve věkovém rozpětí 30-49 let. V tomto rozpětí se nacházelo 53 dotázaných. Druhou nejpočetnější skupinou byli lidé ve věku 15-29 let a v této skupině bylo 36 dotázaných. Předpokládám, že právě lidé z těchto věkových skupin by mohli být potenciálními zákazníky, protože už mají často svou vlastní domácnost a jsou obvykle otevření novým věcem jako je bezobalový nákup.



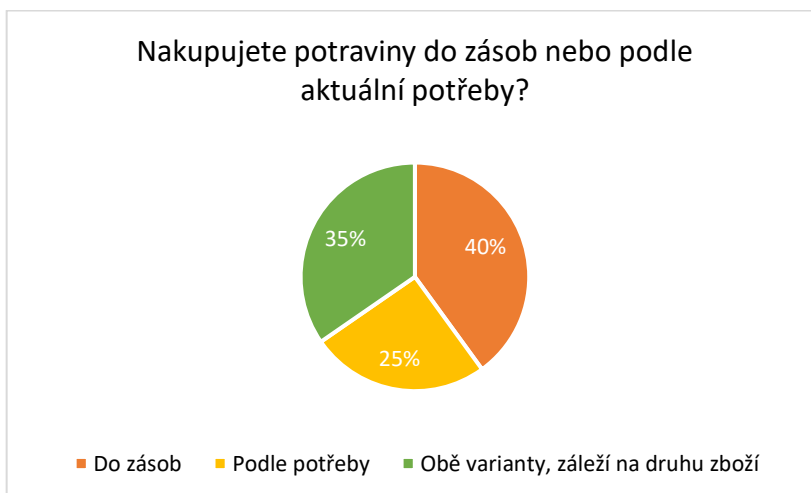
Graf č. 5: Dotazníkové šetření 2. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)

Jelikož budu v obchodně nabízet především trvanlivé potraviny, zjišťovala jsem, jak často lidé chodí tyto potraviny nakupovat. 55 dotázaných uvedlo, že tyto nákupy provádí jednou za 14 dnů. To, že potraviny nakupují 1x týdně nebo 1x měsíčně uvedl podobný počet respondentů. Těch bylo u první možnosti 26 a u druhé 29.



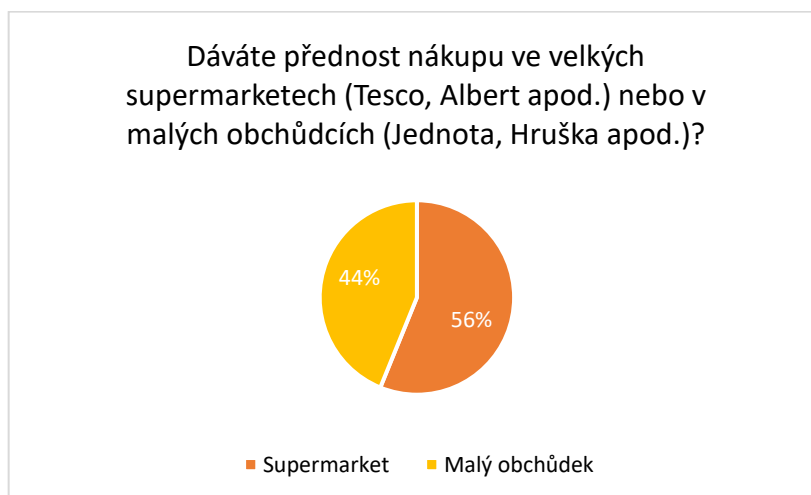
Graf č. 6: Dotazníkové šetření 3. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)

Na otázku, zda nakupují potraviny do zásob nebo podle aktuální potřeby 52 dotázaných uvedlo, že nakupuje potraviny do zásoby. 33 jich provádí nákupy podle aktuální potřeby a 45 dotázaných kombinuje obě možnosti v závislosti na druhu zboží.



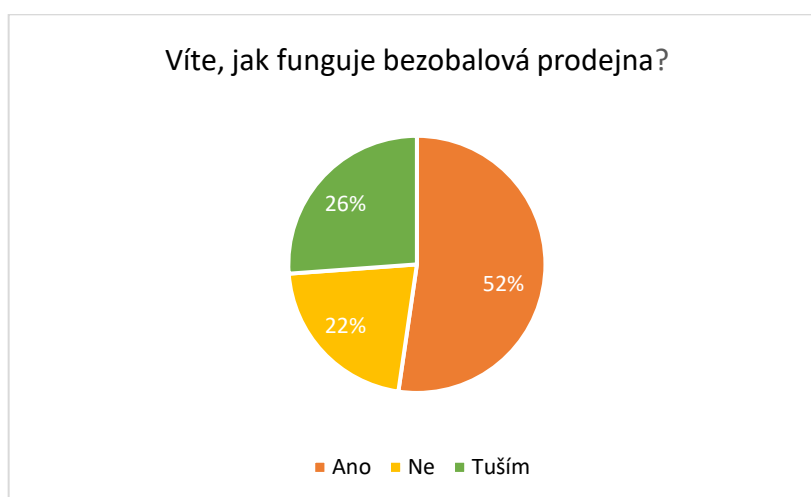
Graf č. 7: Dotazníkové šetření 4. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)

Jelikož budu provozovat malou prodejnu, tak jsem se zajímala, zda dávají přednost nákupu ve velkých supermarketech nebo v malých obchůdcích. V odpovědích nebyl žádný velký rozdíl. Supermarketu dává přednost 73 lidí ze 130, malým obchůdkům 57.



Graf č. 8: Dotazníkové šetření 5. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)

Další otázky už byly věnovány bezobalovému nákupu. Ze všech 130 respondentů jich 68 vědělo, jak bezobalová prodejna funguje, 34 dotázaných tušilo a pouze 28 respondentů o fungování bezobalové prodejny nevědělo nic. Aby mohli všichni dotazovaní pokračovat ve vyplňování dotazníku a nadále odpovídat na otázky týkající se bezobalového nákupu, bylo jim fungování bezobalové prodejny dovysvětleno.



Graf č. 9: Dotazníkové šetření 6. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)

I přesto, že většina dotazovaných věděla nebo alespoň tušila, jak takový bezobalový obchod funguje, tak téměř nikdo neměl se samotným nákupem zkušenosti. Ze všech dotázaných jich pouze 12 někdy nakupovalo v bezobalové prodejně.



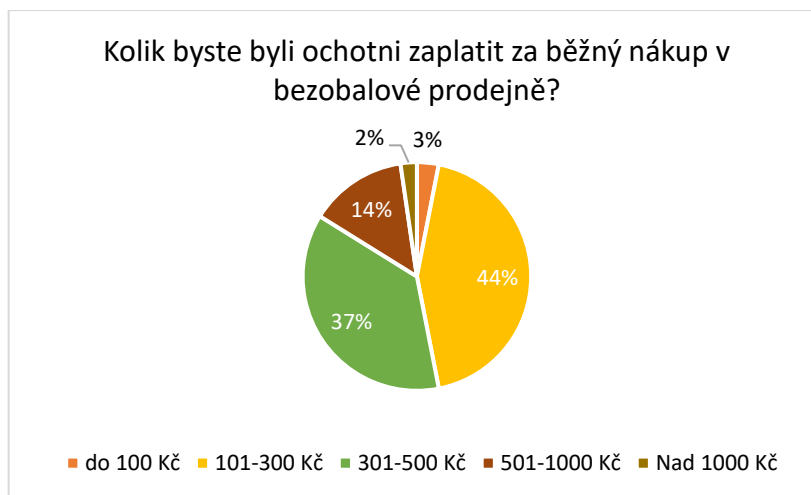
Graf č. 10: Dotazníkové šetření 7. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)

Na otázku, zda by využili možnosti nakupovat v bezobalové prodejně ve Valašském Meziříčí odpovědělo kladně 59 dotázaných a záporně 13 dotázaných. Zbýlý počet respondentů zvolilo možnost, že nevědí, zda by této možnosti využili.



Graf č. 11: Dotazníkové šetření 8. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)

Poslední dotaz se týkal peněz a to jaké množství by byli ochotni zaplatit za běžný nákup trvanlivých potravin v bezobalové prodejně. Téměř polovina dotázaných uvedla, že by byla ochotna utratit 101-300 Kč. Dalších 48 by jich bylo ochotných zaplatit od 301 do 500 Kč. Variantu do 100 Kč a nad 1000 Kč zvolilo pouze pár jednotlivců.



Graf č. 12: Dotazníkové šetření 9. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)

2.3.2 Závěr získaný z dotazníkového šetření

Na základě provedeného dotazníkového šetření jsem zjistila, že pouze malé množství dotázaných má zkušenosti s nákupem v bezobalové prodejně, ale i přesto by velká část možnost nákupu v bezobalové prodejně využila a tuto možnost ve Valašském Meziříčí uvítala. Za nákup by lidé v průměru byli ochotni zaplatit okolo 300 Kč, což je adekvátní částka k běžnému nákupu trvanlivých potravin jako jsou mouky, těstoviny, oleje apod. Dále jsem zjistila, že lidé v průměru nakupují tento druh potravin jednou za 14 dnů a mezi dotázanými nebyly velké rozdíly v tom, zda preferují nákupy do zásoby nebo podle aktuální potřeby. Veškeré informace získané z dotazníkového šetření jsem dále využila v praktické části bakalářské práce při vytváření plánů nákladů a tržeb.

3 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ

V této části práce uvedu základní informace o podniku, provedu kalkulaci pomocí které zjistím, jaké množství finančních prostředků je potřeba na založení bezobalového podniku a jeho čtyřměsíční provoz a poté se zaměřím na to, jakým způsobem potřebné finance získat.

3.1 Základní údaje o podniku

Název: VemBez

Právní forma podnikání: Živnost ohlašovací, volná

Předmět podnikání: Výroba, obchod a služby neuvedené v příloze 1 až 3 živnostenského zákona

Majitel: Denisa Konvičná

Adresa: Pospíšilova 15/4, Valašské Meziříčí

Logo:



Obrázek č. 8: Logo podniku (Zdroj: Vlastní zpracování)

Popis podniku:

Jednalo by se o bezobalovou prodejnu s názvem VemBez nacházející se ve Valašském Meziříčí. Prodejna by nabízela možnost nákupu potravin do vlastních obalů, což přispívá k omezení používání jednorázových plastů. Otevírací doba provozovny by byla od pondělí do pátku od 8 do 17 hodin a v sobotu od 8:00 do 11:30. Nabízeny by zde byly

například různé druhy těstovin, mouky, vločky, sušené ovoce, semena, ale také základní čisticí prostředky do domácnosti jako je jar či prací gel.

Seznam nabízených potravin je uveden v příloze bakalářské práce.

3.2 Počáteční náklady

Před samotným začátkem podnikání mě nejvíce peněz budou stát prostory a jejich vybavení. V mém případě budu za nájem platit 25 000 Kč a dále budu muset na začátku uhradit vratnou kauci ve výši třech měsíčních nájmu.

Další peněžní prostředky půjdou do úpravy prostor, které budou zahrnovat jak jejich vymalování, tak výměnu podlahy a další menší potřebné úpravy. Nejvyšším výdajem bude vybavení prodejny. Bude za potřebí místnost vybavit potřebnými poličkami, stoly a skříněmi. Veškeré úpravy si ovšem budu provádět svépomocí, takže bude potřeba zaplatit pouze za materiál, který bude použit. Dále bude potřeba nakoupit různé druhy zásobníků, ve kterých bude zboží na prodejně skladováno a nabízeno k prodeji a váhu na jeho odvažování. Náklady na vybavení prodejny vyjdou na 107 500 Kč.

Před začátkem podnikání je důležité zařídit také technické zázemí prodejny. Zde jsou zahrnuty náklady na internet a jeho příslušenství, potřebnou pokladnu na elektronickou evidenci tržeb a mobilní telefon, který bude využíván ke komunikaci, jak s dodavateli, tak se zákazníky. Poslední náklady budou vynaloženy na založení živnostenského oprávnění a na reklamu před otevřením prodejny. Celkově budu muset za počáteční náklady zaplatit přibližně 247 000 Kč.

V následující tabulce je přibližná kalkulace, která zahrnuje vše, co je potřeba zařídit před začátkem podnikání.

Tabulka č. 9: Počáteční náklady

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Počáteční náklady	
Položka	Cena
Provozovna (celkem)	85 000 Kč
Kauce za pronájem	60 000 Kč
Pronájem + energie	25 000 Kč
Úprava prostor (celkem)	14 500 Kč
Malířské úpravy (barva + pomůcky)	2 000 Kč
Podlaha	12 500 Kč
Vybavení prodejny (celkem)	107 500 Kč
Police, skříně, stoly	25 000 Kč
Samospádové zásobníky (20 ks.)	35 000 Kč
Lopátkové zásobníky (15 ks.)	27 000 Kč
Váha	5 500 Kč
Ostatní (boxy, cenovky, krabičky, aj.)	15 000 Kč
Technické zázemí (celkem)	8 678 Kč
Internet + aktivace	258 Kč
Wifi router	420 Kč
EET pokladna	6 000 Kč
Mobilní telefon	2 000 Kč
Ostatní náklady (celkem)	31 000 Kč
Reklama	30 000 Kč
Živnostenské oprávnění	1 000 Kč
CELKEM	246 678 Kč

3.3 Plán nákladů a tržeb

V této kapitole představím plány nákladů a tržeb. Uvedu tři varianty a to realistickou, pesimistickou a optimistickou. V každé variantě počítám s náklady na první čtyři měsíce provozu. Mým cílem je zjistit, kolik prostředků potřebuji ke čtyřměsíčnímu provozu aniž bych využívala k financování prostředky získané z prodeje zboží. Z potřebných financí jsou první čtyři měsíce hrazeny provozní náklady a náklady na nákup zboží. Plán tržeb jsem vypracovala na základě vypracovaného dotazníku a empirického výzkumu ve Valašském Meziříčí. Podle plánované otevírací doby by prodejna měla být otevřena 24 dnů v měsíci, při výpočtu tržeb však počítám pouze s 22 dny, protože v sobotu je kratší otevírací doba a předpokládám tak pouze poloviční návštěvnost a tedy i tržby.

3.3.1 Realistická varianta

V této podkapitole nastíním, jaké by byly náklady podniku a v jaké výši by se pohybovaly jeho tržby, pokud by se vše vyvíjelo tak, jak se dá na základě provedených šetření očekávat. Hlavní roli zde hraje počet zákazníků a jejich ochota nakupovat. Předpokládám, že se lidé o prodejnu díky reklamám dozví a budou mít zájem prodejnu navštívit.

V následující tabulce č. 10 je vypracován plán nákladů pro realistickou variantu. V této variantě se v průběhu čtyř měsíců mění pouze náklady na zásoby, reklamu a čisticí prostředky. Počítám s tím, že každý měsíc zaplatím fixní náklady ve výši 30 981 Kč. Tyto náklady zahrnují cenu za pronájem prostor, zálohy na sociální a zdravotní pojištění, internetové připojení, kredit a ostatní náklady.

Mezi náklady, které se budou v závislosti na jednotlivých měsících měnit patří náklady na zásoby, reklamu a čisticí prostředky. Zásoby budou každý měsíc nakupovány podle plánovaných tržeb, které jsou uvedeny v tabulce č. 11. Náklady na čisticí prostředky budou nejvyšší první měsíc, kdy se nakoupí potřebné vybavení na úklid a v následujících měsících je počítáno pouze s dokupováním podle aktuální potřeby. V realistické variantě počítám, že náklady na reklamu budou první měsíc ve výši 20 000 Kč, druhý měsíc ve výši 10 000 Kč a následující měsíce bude pouze ve výši 5 000 Kč. Tato částka by měla dostatečně pokrýt náklady spojené s reklamou v tištěných novinách, které se distribuují ve Valašském Meziříčí a jeho okolí.

Celková výše nákladů na první měsíc bude 178 904 Kč, druhý měsíc budou náklady ve výši 168 004 Kč, následující měsíc 173 158 Kč a čtvrtý měsíc ve výši 183 312 Kč. Celkové náklady na čtyřměsíční provoz podniku jsou ve výši 703 378 Kč.

Tabulka č. 10: Plán nákladů realistická varianta

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Plán nákladů realistická varianta				
Položka	1. měsíc	2. měsíc	3. měsíc	4. měsíc
Pronájem	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč
Zálohy sociální pojištění	2 588 Kč	2 588 Kč	2 588 Kč	2 588 Kč
Zálohy zdravotní pojištění	2 393 Kč	2 393 Kč	2 393 Kč	2 393 Kč
Internetové připojení + kredit	500 Kč	500 Kč	500 Kč	500 Kč
Reklama	20 000 Kč	10 000 Kč	5 000 Kč	5 000 Kč
Čistící prostředky	1 000 Kč	100 Kč	100 Kč	100 Kč
Ostatní	500 Kč	500 Kč	500 Kč	500 Kč
Zásoby	126 923 Kč	126 923 Kč	137 077 Kč	147 231 Kč
Celkem	178 904 Kč	168 004 Kč	173 158 Kč	183 312 Kč

V tabulce č. 11 je znázorněn plán tržeb pro realistickou variantu. V této variantě počítám s tím, že první dva měsíce navštíví prodejnu 25 zákazníku denně a jejich útrata se bude pohybovat v průměru okolo 300 Kč. Každý další měsíc prodejně přibudou 2 noví zákazníci a tento růst by se měl ustálit na 40 zákaznících za den. I nadále je počítáno s průměrnou útratou 300 Kč za zákazníka. Denní tržby se pohybují první dva měsíce na hodnotě 7 500 Kč, třetí měsíc předpokládám nárůst denních tržeb na 8 100 Kč a čtvrtý měsíc na 8 700 Kč. Pokud by došlo k naplnění očekávání a denně by navštívilo prodejnu 40 zákazníků, kteří by v průměru nakupovali za 300 Kč, vystoupaly by denní tržby na 12 000 Kč. Měsíční tržby jsou první dva měsíce 165 000 Kč, třetí měsíc vzrostou na 178 200 Kč a čtvrtý měsíc na 191 400 Kč. Celkové plánované tržby za první čtyři měsíce provozu jsou ve výši 699 600 Kč.

Tabulka č. 11: Plán tržeb realistická varianta

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Plán tržeb realistická varianta				
	1. měsíc	2. měsíc	3. měsíc	4. měsíc
Počet zákazníků (den)	25	25	27	29
Průměrná útrata	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč
Denní tržby	7 500 Kč	7 500 Kč	8 100 Kč	8 700 Kč
Měsíční tržby (22 dnů)	165 000 Kč	165 000 Kč	178 200 Kč	191 400 Kč

3.3.2 Pesimistická varianta

Může se stát, že bude provoz zahájen v nesprávnou dobu a lidé se tak o něm nedozví nebo o něj nebudou mít zájem. Může se jednat například o dobu letních prázdnin, kdy lidé často cestují a v centru se jich tak vyskytuje méně nebo o zimní období, kdy lidé kromě pravidelných nákupů také venku v centru mnoho času netráví.

V tabulce č. 13 je zobrazen plán nákladů při pesimistické variantě. I v této variantě dochází v průběhu čtyřech měsíců ke změně pouze u ceny za zboží, reklamu a čisticí prostředky. Ostatní náklady se v průběhu čtyřech měsíců nemění a stejně jako u realistické varianty mě tyto náklady vyjdou na 30 981 Kč měsíčně.

Při pesimistické variantě počítám s menšími tržbami (viz. tabulka č. 14) a tím pádem s nákupem menšího množství zásob. Ceny za nákup zásob se tedy oproti realistické variantě sníží přibližně o 50 000 Kč za jeden měsíc. Narozdíl od realistické varianty se zde bude zvyšovat cena za reklamu. Z důvodů nízké návštěvnosti prodejny budu do reklamy investovat více peněz, aby se o prodejně mohlo dozvědět více lidí a počet zákazníků by tak mohl narůst. První měsíc vložím do reklamy 20 000 Kč, druhý a třetí měsíc 10 000 Kč a čtvrtý měsíc 5 000 Kč. Poslední položkou, která se bude měnit jsou náklady na čisticí prostředky. I zde bude nákup většiny čisticích potřeb proveden první měsíc a poté se bude dokupovat podle potřeby.

Celková výše nákladů při této variantě je 128 135 Kč za první měsíc provozu, 117 235 Kč za druhý měsíc, 127 389 Kč za třetí měsíc a 132 543 Kč za čtvrtý měsíc provozu. Celkově by mě čtyřměsíční provoz v pesimistické variantě vyšel na 505 302 Kč.

Tabulka č. 12: Plán nákladů pesimistická varianta

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Plán nákladů pesimistická varianta				
Položka	1. měsíc	2. měsíc	3. měsíc	4. měsíc
Pronájem	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč
Zálohy sociální pojištění	2 588 Kč	2 588 Kč	2 588 Kč	2 588 Kč
Zálohy zdravotní pojištění	2 393 Kč	2 393 Kč	2 393 Kč	2 393 Kč
Internetové připojení + kredit	500 Kč	500 Kč	500 Kč	500 Kč
Reklama	20 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč	5 000 Kč
Čistící prostředky	1 000 Kč	100 Kč	100 Kč	100 Kč
Ostatní	500 Kč	500 Kč	500 Kč	500 Kč
Zásoby	76 154 Kč	76 154 Kč	86 308 Kč	96 462 Kč
Celkem	128 135 Kč	117 235 Kč	127 389 Kč	132 543 Kč

V tabulce č. 14 je zobrazen plán tržeb v pesimistické variantě. Stejně jako v realistické variantě zde počítám s průměrným nákupem ve výši 300 Kč. Oproti realistické variantě se zde počítá s nižším počtem zákazníků. První dva měsíce by prodejnu navštívilo pouze 15 zákazníků a od třetího měsíce by opět docházelo k nárůstu o dva zákazníky za měsíc. V tomto případě počítám s konečným číslem 30 zákazníků za den. Denní tržby jsou pak první dva měsíce 4 500 Kč, třetí měsíc 5 100 Kč a čtvrtý měsíc se počítá s nárůstem tržeb na 5 700 Kč. Celková výše tržeb za první čtyři měsíce je 435 600 Kč.

Tabulka č. 13: Plán tržeb pesimistická varianta

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Plán tržeb pesimistická varianta				
	1. měsíc	2. měsíc	3. měsíc	4. měsíc
Počet zákazníků (den)	15	15	17	19
Průměrná útrata	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč
Denní tržby	4 500 Kč	4 500 Kč	5 100 Kč	5 700 Kč
Měsíční tržby (22 dnů)	99 000 Kč	99 000 Kč	112 200 Kč	125 400 Kč

3.3.3 Optimistická varianta

Jako poslední možnost můžu očekávat, že o podnik bude již od začátku větší zájem. Na základě reklamy, která by byla publikována před otevřením provozu bych mohla být kontaktována lidmi, kteří by dali najevo zájem o provedení nákupu. Již od začátku bych tak počítala s vyšší návštěvností.

Náklady při optimistické variantě jsou uvedeny v následující tabulce č. 16. Změny nákladů jsou zde totožné s předchozími variantami. Za čtyři měsíce dojde ke změnám pouze v položkách zásoby, reklama a čisticí prostředky. Ostatní náklady se nemění a jejich měsíční výše je 30 981 Kč.

Opět zde dochází ke snížení nákladů za čisticí prostředky, kterou budou nakoupeny první měsíc a následně dokupovány. Náklady na reklamu jsou zde totožné jako byly u realistické varianty. První měsíc mě reklama bude stát 20 000 Kč, druhý měsíc 10 000 Kč a následující měsíce budu platit pouze 5 000 Kč. Celkově náklady na reklamu za první čtyři měsíce vyjdou na 30 000 Kč. Na základě plánu tržeb v tabulce č. 17 jsem zjistila, jaké množství zásob bude potřeba nakoupit. První dva měsíce bude potřeba pořídit zboží za 177 692 Kč, třetí měsíc budou náklady na zboží 187 846 Kč a čtvrtý měsíc 198 000 Kč.

V optimistické variantě je tedy celková výše nákladů za první měsíc 229 673 Kč, za druhý měsíc je to 218 773 Kč, 223 927 Kč za třetí měsíc a 234 081 Kč za měsíc čtvrtý. Čtyřměsíční provoz by v optimistické variantě vyšel na 906 454 Kč

Tabulka č. 14: Plán nákladů optimistická varianta

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Plán nákladů optimistická varianta				
Položka	1. měsíc	2. měsíc	3. měsíc	4. měsíc
Pronájem	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč	25 000 Kč
Zálohy sociální pojištění	2 588 Kč	2 588 Kč	2 588 Kč	2 588 Kč
Zálohy zdravotní pojištění	2 393 Kč	2 393 Kč	2 393 Kč	2 393 Kč
Internetové připojení + kredit	500 Kč	500 Kč	500 Kč	500 Kč
Reklama	20 000 Kč	10 000 Kč	5 000 Kč	5 000 Kč
Čistící prostředky	1 000 Kč	100 Kč	100 Kč	100 Kč
Ostatní	500 Kč	500 Kč	500 Kč	500 Kč
Zásoby	177 692 Kč	177 692 Kč	187 846 Kč	198 000 Kč
Celkem	229 673 Kč	218 773 Kč	223 927 Kč	234 081 Kč

Tabulka č. 17 zachycuje plán tržeb při optimistické variantě. Nadále je zachována průměrná cena za nákup v hodnotě 300 Kč a dochází pouze ke změně v počtu zákazníků. V této variantě předpokládám, že první a druhý měsíc nakoupí v prodejně 35 zákazníků a každý další měsíc by docházelo k nárustu o dva zákazníky. Počet zákazníků by se zastavil na 50 zákaznících za den. Denní tržby by pak první dva měsíce byly 10 500 Kč, třetí měsíc 11 100 Kč a čtvrtý měsíc 11 700 Kč. Při 50 zákaznících denně by denní tržby vystoupaly na 15 000 Kč. Měsíční tržby by byly první dva měsíce ve výši 231 000 Kč, třetí měsíc ve výši 244 200 Kč a ve výši 257 400 Kč za měsíc čtvrtý. Celková výše tržeb v optimistické variantě by za první čtyři měsíce provozu byla 963 600 Kč.

Tabulka č. 15: Plán tržeb optimistická varianta

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Plán tržeb optimistická varianta				
	1. měsíc	2. měsíc	3. měsíc	4. měsíc
Počet zákazníků (den)	35	35	37	39
Průměrná útrata	300 Kč	300 Kč	300 Kč	300 Kč
Denní tržby	10 500 Kč	10 500 Kč	11 100 Kč	11 700 Kč
Měsíční tržby (22 dnů)	231 000 Kč	231 000 Kč	244 200 Kč	257 400 Kč

3.4 Financování podniku

V kapitole 3.2 jsem se věnovala počátečním nákladům na vznik podniku. Zjistila jsem, že náklady potřebné na začátku podnikání jsou ve výši 246 678 Kč. Tyto náklady pokryjí pořízení a úpravu prostor, vybavení prodejny a věci potřebné k provozování podnikání. V následující kapitole 3.3 jsem zjišťovala, kolik peněžních prostředků budu potřebovat na čtyřměsíční provoz. V pesimistické variantě to bylo 505 302 Kč, v optimistické variantě 906 454 Kč a v realistické variantě 703 378 Kč.

Pokud bych tedy dále počítala s realistickou variantou, potřebovala bych před začátkem podnikání mít peněžní prostředky v hodnotě 950 056 Kč. S těmito prostředky bych byla schopna pořídit prostory potřebné k podnikání a zajistit čtyřměsíční bezproblémový provoz podniku. Během této doby bych zjistila, zda mají lidé o podnik zájem či nikoliv a zda bude tento druh podnikání dále prosperovat nebo je potřeba provést změny.

V dalších podkapitolách se budu věnovat tomu, jakým způsobem získat zmíněné peněžní prostředky, abych mohla podnikání zrealizovat.

3.4.1 Vlastní zdroje

Nejjednodušší možností by bylo vlastnit dostatečné množství peněžních prostředků. Bohužel, našetřit takové množství peněz je časově velmi náročné a zároveň v budoucnu by mi stanovená částka nemusela kvůli inflaci stačit.

Nyní disponuji částkou 200 000 Kč, kterou mohu využít k podnikání. Pokud bych byla schopna si měsíčně odkládat 10 000 Kč na účet a nepočítala s žádnými připsanými úroky,

trvalo by mi téměř šest a půl roku, než bych naspořila potřebnou částku. V té době by mi ovšem tyto našetřené peněžní prostředky nestačily a já bych tou dobou potřebovala daleko více peněžních prostředků. Tahle varianta je pro mě tedy značně nevýhodná a bude výhodnější si peníze půjčit u nějaké banky, kde je sice budu muset vrátit i s úroky, na druhou stranu je budu mít ihned k dispozici a budu moci začít s podnikáním.

3.4.2 Crowdfundingová kampaň

Další možností, jak získat potřebné peníze je pokusit se je získat za pomoci crowdfundingové kampaně. Jelikož disponuji 200 000 Kč, potřebovala bych na rozjezd podnikání zbylých 750 000 Kč. Pokud bych se chtěla pokusit získat peníze tímto způsobem, mohu k tomu využít portály jako jsou HitHit nebo Donio, které jsou mezi lidmi nejznámější. Každý z těchto portálů má své podmínky, které je třeba dodržet a splnit, pokud bychom chtěli využít jejich služeb.

HitHit

Pokud bych se rozhodla využít služeb portálu HitHit, musela bych splnit podmínky, které jsou uvedeny na stránkách HitHitu. Platforma mi umožňuje založit sbírku na libovolné účely. Zároveň časový limit na shromáždění potřebných prostředků je 45 dnů. Pokud během této doby nevyberu potřebných 750 000 Kč, sbírka bude ukončena a já žádné prostředky nezískám. Pokud bude sbírka úspěšná, tak si HitHit stanovuje nárok na provizi, která by vyšla na 8,5 % z celkové vybrané částky. Je nutné také počítat s transakčními poplatky za všechny platby ve výši 1,5 % + 1 Kč za každou platbu a administrativní poplatek ve výši 699 Kč (34).

Pokud bych tedy chtěla vybrat částku 750 000 Kč za dobu 45 dnů, musela bych za jeden den vybrat přibližně 16 700 Kč. To by znamenalo, že by mi například muselo denně přispět 67 lidí částkou 250 Kč. Pokud by se mi za těchto podmínek podařilo vybrat cílovou částku, musela bych z ní platformě HitHit zaplatit provizi 63 750 Kč a transakční poplatky, které by činily 14 964 Kč. Z celé sbírky bych obdržela pouze 671 286 Kč. Zbylé finance bych musela získat jiným způsobem.

Donio

Portál Donio nabízí taktéž možnost vytvoření sbírky na libovolné účely a konkrétní podmínky jsou stanoveny na jejich stránkách. Sběrka zde může běžet neomezeně dlouhou dobu a můžeme si tedy sami stanovit limit, do kdy dáme projektu šanci a pokud se peníze do té doby nevyberou, sbírku můžeme sami ukončit. Na rozdíl od portálu HitHit si Donio neúčtuje žádné poplatky za zpracování sbírky a my tak dostaneme celou vybranou částku (35).

Pokud bych na platformě Donio vytvořila 90denní sbírku s požadovanou částkou 750 000 Kč, musela bych denně získat přibližně 8 400 Kč. Zde by to znamenalo, že by mi například denně muselo částkou 250 Kč přispět přibližně 34 lidí. Pokud by se mi podařilo tuto částku vybrat, byla by mi celá vyplacena a já pak peníze musela použít na rozjezd podnikání.

Tyto formy financování se podle mého názoru spíš hodí k zafinancování méně nákladných projektů nebo projektů, které se týkají širší veřejnosti lidí a ne pouze určité skupiny. Pokud bych se pokusila rozjet sbírku pomocí jedné z těchto platform, domnívám se, že bych nebyla úspěšná, protože tento podnikatelský záměr cílí hlavně na obyvatele ve Valašském Meziříčí a jeho okolí a vybrat takto vysokou částku peněz na nový podnik je podle mého spíše nemožné. Tuto variantu bych využila spíše k rozšíření podniku, kdy by bylo potřeba vybrat méně prostředků. Zároveň by lidé přispívali na něco, co znají a pravděpodobnost úspěchu by se tak zvýšila.

3.4.3 Podnikatelský úvěr

Dle mého názoru je nejsnazší a nejrychlejší možnost, jak sehnat peníze, požádat banku o podnikatelský úvěr. Peníze budu mít ihned k dispozici a budu je bance postupně vracet spolu s úroky a dalšími poplatky, které budou smluvně sjednány. Každá banka má ovšem své podmínky, za jakých podnikatelské úvěry poskytuje. V rámci praktické části bakalářské práce jsem kontaktovala 5 bank s požadavkem na podnikatelský úvěr.

Na začátku bylo potřeba si ujasnit, kolik peněz budu od banky požadovat. V mém případě mám naspořených 200 000 Kč, které můžu využít k financování podniku. Od banky si tedy budu potřebovat vypůjčit přibližně 750 000 Kč abych byla schopná pokrýt veškeré plánované náklady na založení prodejny a její čtyřměsíční provoz.

Vybrala jsem si 5 bank, se kterými mám buďto já nebo má rodina osobní zkušenost. Jedná se o Komerční banku, Unicredit Bank, Českou spořitelnu, Moneta Money Bank a Equa bank. Všechny tyto banky mají pobočku ve Valašském Meziříčí, což pro mě bylo také podstatné kritérium. Chtěla jsem mít možnost návštěvy pobočky bez toho abych musela jezdit do jiného města.

Banky jsem kontaktovala s tím, že chci zažádat o podnikatelský úvěr ve výši 750 000 Kč alespoň na 7 let. Jsem začínající podnikatel a nemám tedy žádné dokumenty o výsledcích mého podnikání jako je rozvaha, výsledovka apod. Disponuji čistým měsíčním příjmem ve výši 23 000 Kč a zároveň mohu ručit vlastním bytem v hodnotě 1 500 000 Kč. Na základě těchto požadavků mi přišlo několik různých nabídek. Bohužel kvůli absenci dokumentů o výsledcích mého podnikání jsou nabízené úrokové sazby vyšší, než jaké jsou nabízeny klientům, kteří již za sebou mají určitou podnikatelskou minulost. Kladným aspektem je vlastněná nemovitost, kterou mohu ručit. Právě díky tomu mi byly všechny banky schopny úvěr nabídnout. U všech bank je počítáno s měsíční anuitní splátkou a neměnnou úrokovou sazbou.

Komerční banka

Na základě mých požadavků mi komerční banka nabídla možnost podnikatelského úvěru ve výši 750 000 Kč s úrokovou sazbou 9,3 % p. a. Splatnost tohoto úvěru by byla na 7 let. Měsíční splátka by byla ve výši 12 181 Kč. Měla bych možnost mimořádných splátek, ovšem maximálně ve výši 100 000 Kč za rok. Dále bych musela platit poplatek za správu úvěru ve výši 250 Kč za měsíc a zaplatit jednorázový poplatek za vyřízení úvěru ve výši 3 000 Kč (36).

Tabulka č. 16: Úvěr Komerční banka

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Komerční banka	
Výše úvěru	750 000 Kč
Úroková sazba	9,3 % p. a.
Doba splácení	7 let
Poplatky za správu úvěru	250 Kč/ měsíc
Poplatek za vyřízení	3 000 Kč
Měsíční splátka (bez poplatků)	12 181 Kč
Měsíční splátka (s poplatky)	12 431 Kč
Celková zaplacená částka	1 047 204 Kč

Výše měsíční splátky (v Kč):

$$a = U * \frac{i*(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \quad a = 750000 * \frac{0,00775*(1+0,0775)^{84}}{(1+0,00775)^{84} - 1} = 12\,181,31 \cong 12\,181$$

Kde:

a – anuitní splátka; U – půjčená částka; i – úroková sazba; n – počet období

Unicredit Bank

Společnost Unicredit Bank mi nabídla krytý úvěr, kdy při požadované částce 750 000 Kč bych při době splácení 7 let dostala úrokovou sazbu ve výši 8,1 % p. a. Měsíční splátka by tak činila 11 727 Kč. Banka mi umožňuje platit mimořádné splátky, ovšem ročně nesmějí přesáhnout výši šesti běžných měsíčních splátek. I zde bych musela platit poplatky za správu úvěru ve výši 150 Kč a zaplatit jednorázový poplatek za vyřízení úvěru, který by byl ve výši 2 000 Kč (37).

Tabulka č. 17: Úvěr Unicredit Bank

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Unicredit Bank	
Výše úvěru	750 000 Kč
Úroková sazba	8,1 % p. a.
Doba splácení	7 let
Poplatky za správu úvěru	150 Kč/ měsíc
Poplatek za vyřízení	2 000 Kč
Měsíční splátka (bez poplatků)	11 727 Kč
Měsíční splátka (s poplatky)	11 877 Kč
Celková zaplacená částka	999 668 Kč

Výše měsíční splátky (v Kč):

$$a = U * \frac{i*(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \quad a = 750000 * \frac{0,00675*(1+0,00675)^{84}}{(1+0,00675)^{84} - 1} = 11\,727,06 \cong 11\,727$$

Kde:

a – anuitní splátka; U – půjčená částka; i – úroková sazba; n – počet období

Česká spořitelna

Česká spořitelna mi vzhledem k mým požadavkům na dobu splácení alespoň 7 let a výši úvěru 750 000 Kč nabídla úrokovou sazbu ve výši 8,8 % p. a. Měsíční splátky by tak činily 11 991 Kč. I zde bych musela platit poplatek za správu úvěru ve výši 300 Kč měsíčně a zaplatit poplatek za posouzení a vyhodnocení žádosti o úvěr. Tento poplatek je ve výši 0,6 % z úvěru a alespoň 5 000 Kč. V mém případě je 0,6 % z úvěru 4 500 Kč, takže bych musela zaplatit poplatek v minimální stanovené výši 5 000 Kč. Mimořádné splátky jsou zde možné v jakékoliv výši (38).

Tabulka č. 18: Úvěr Česká spořitelna

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Česká spořitelna	
Výše úvěru	750 000 Kč
Úroková sazba	8,8 % p. a.
Doba splácení	7 let
Poplatky za správu úvěru	300 Kč/ měsíc
Poplatek za vyřízení	5 000 Kč
Měsíční splátka (bez poplatků)	11 991 Kč
Měsíční splátka (s poplatky)	12 291 Kč
Celková zaplacená částka	1 037 444 Kč

Výše měsíční splátky (v Kč):

$$a = U * \frac{i*(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \quad a = 750000 * \frac{0,00733'*(1+0,00733')^{84}}{(1+0,00733')^{84} - 1} = 11\,990,82 \cong 11\,991$$

Kde:

a – anuitní splátka; U – půjčená částka; i – úroková sazba; n – počet období

Moneta Money Bank

Společnost Moneta mi nabízí úvěr ve výši 750 000 Kč, který můžu splácet až 8 let. Výše úrokové sazby by v tomto případě byla 7,6 % p. a. Výše úrokové sazby při splácení 7 let by byla 7,9 % p. a. Při době splácení 8 let by měsíční splátka byla ve výši 10 451 Kč. Pokud bych se rozhodla pro kratší dobu splácení, měsíční splátka by činila 11 652 Kč. Měsíční poplatky za správu úvěru by v obou případech byly ve výši 200 Kč. Dále bych musela zaplatit jednorázový poplatek za podání žádosti o úvěr ve výši 5 000 Kč. Pokud by došlo k předčasnému splacení celého úvěru musela bych uhradit 5 % z předčasně splacené jistiny (39).

Tabulka č. 19: Úvěr Moneta Money Bank

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Moneta Money Bank		
Výše úvěru	750 000 Kč	750 000 Kč
Úroková sazba	7,9 % p. a.	7,6 % p. a.
Doba splácení	7 let	8 let
Poplatky za správu úvěru	200 Kč/ měsíc	200 Kč/ měsíc
Poplatek za vyřízení	5 000 Kč	5 000 Kč
Měsíční splátka (bez poplatků)	11 652 Kč	10 451 Kč
Měsíční splátka (s poplatky)	11 852 Kč	10 651 Kč
Celková zaplacená částka	1 000 568 Kč	1 027 496 Kč

Výše měsíční splátky (v Kč):

$$a_1 = U * \frac{i*(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \quad a_1 = 750000 * \frac{0,006583*(1+0,006583)^{84}}{(1+0,006583)^{84} - 1} = 11\,652,33 \cong 11\,652$$

$$a_2 = U * \frac{i*(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \quad a_2 = 750000 * \frac{0,00633*(1+0,00633)^{96}}{(1+0,00633)^{96} - 1} = 10\,450,66 \cong 10\,451$$

Kde:

a – anuitní splátka; U – půjčená částka; i – úroková sazba; n – počet období

Equa bank

Od společnosti Equa bank mi byly nabídnuty dvě varianty úvěru. První variantou je zajištěný úvěr. Tento úvěr musí být zajištěn nemovitostí v hodnotě 100 % požadovaného úvěru. Na tento úvěr byly vytvořeny dvě nabídky. První nabídkou je úvěr ve výši 750 000 Kč doba splatnosti 7 let a výše úrokové sazby 6,5 % p. a. Druhá nabídka se liší dobou splatnosti, která je 9 let a úroková sazba je 6,1 % p. a. Druhou variantou byl nezajištěný úvěr. Na nezajištěný úvěr v hodnotě 750 000 Kč a dobu splácení 7 let mi byla nabídnuta úroková sazba ve výši 7,9 % p. a. Ve všech případech se platí nulový poplatek za vyřízení úvěru. U zajištěných úvěrů je měsíční poplatek za správu úvěru ve výši 400 Kč u nezajištěného úvěru je tento poplatek ve výši 300 Kč. I zde mi banka nabízí

možnost předčasného splacení či mimořádných splátek, aniž bych musela za tento úkon platit poplatky navíc (40).

Tabulka č. 20: Úvěr Equa bank

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Equa bank			
	Zajištěný		Nezajištěný
Výše úvěru	750 000 Kč	750 000 Kč	750 000 Kč
Úroková sazba	6,5 % p. a.	6,1 % p. a.	7,9 % p. a.
Doba spláčení	7 let	9 let	7 let
Poplatky za správu úvěru	400 Kč/ měsíc	400 Kč/ měsíc	300 Kč/ měsíc
Poplatek za vyřízení	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Měsíční splátka (bez poplatků)	11 137 Kč	9 041 Kč	11 652 Kč
Měsíční splátka (s poplatky)	11 537 Kč	9 441 Kč	11 952 Kč
Celková zaplacená částka	969 108 Kč	1 019 628 Kč	1 003 968 Kč

Výše měsíční splátky (v Kč):

$$a_1 = U * \frac{i*(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \quad a_1 = 750000 * \frac{0,005416 * (1+0,005416)^{84}}{(1+0,005416)^{84} - 1} = 11\,137,08 \cong 11\,137$$

$$a_2 = U * \frac{i*(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \quad a_2 = 750000 * \frac{0,005083 * (1+0,005083)^{96}}{(1+0,005083)^{96} - 1} = 9\,041,45 \cong 9\,041$$

$$a_3 = U * \frac{i*(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \quad a_3 = 750000 * \frac{0,006583 * (1+0,006583)^{84}}{(1+0,006583)^{84} - 1} = 11\,652,33 \cong 11\,652$$

Kde:

a – anuitní splátka; U – půjčená částka; i – úroková sazba; n – počet období

3.5 Porovnání a výběr podnikatelského úvěru

V předchozí kapitole jsem představila nabídky podnikatelských úvěrů od jednotlivých bank. Úrokové sazby se pohybovaly v rozmezí 6,1 % – 9,3 % p. a. Téměř všechny banky požadovaly poplatek za vyřízení úvěrů, který se pohyboval od 2 000 do 5 000 Kč.

Poplatky za správu úvěru si banky účtovaly ve výši 150-400 Kč za měsíc. V následující tabulce jsou porovnány všechny úvěry, které mi byly od bank nabídnuty.

Tabulka č. 21: Nabídka podnikatelských úvěrů

(Zdroj: Vlastní zpracování)

	Výše úvěru	Doba splácení	Celkem zapláceno	Z toho úroky	Z toho poplatky
Komerční banka	750 000 Kč	7 let	1 047 204 Kč	273 230 Kč	21 000 Kč
Unicredit Bank	750 000 Kč	7 let	999 668 Kč	235 073 Kč	12 600 Kč
Česká spořitelna	750 000 Kč	7 let	1 037 444 Kč	257 229 Kč	25 200 Kč
Moneta Money Bank	750 000 Kč	7 let	1 000 568 Kč	228 796 Kč	16 800 Kč
Moneta Money Bank	750 000 Kč	8 let	1 027 496 Kč	253 264 Kč	19 200 Kč
Equa bank zajištěný	750 000 Kč	7 let	969 108 Kč	185 514 Kč	33 600 Kč
Equa bank zajištěný	750 000 Kč	9 let	1 019 628 Kč	226 476 Kč	43 200 Kč
Equa bank nezajištěný	750 000 Kč	7 let	1 003 968 Kč	228 796 Kč	25 200 Kč

Abych mohla vybrat vhodný úvěr, zvolila jsem si kritéria, na jejichž základě budu jednotlivé úvěry porovnávat a vybírat ten, který mi bude nejlépe vyhovovat.

První kritérium bylo zohledněno již při výběru bank, které jsem oslovovala. Mým požadavkem bylo aby banka, od které si budu brát úvěr, měla pobočku ve Valašském Meziříčí, abych v případě potřeby mohla pobočku ihned navštívit a nemusela jezdit do jiného města. Druhý požadavek byl zahrnut do žádosti o úvěr a jednalo se o dobu splatnosti alespoň 7 let. V případě, že by se podnikání nepodařilo rozjet a o prodejnu by nebyl zájem, je to dostatečně dlouhá doba na to, abych byla schopna tento úvěr postupně splatit pomocí jinak získaných peněžních prostředků.

Další důležitý a podstatný faktor je výše úrokové míry. Nejvýhodnější nabídky přišly od Unicredit Bank, Moneta Money Bank a Equa bank. Nabízené úrokové sazby se zde pohybovaly od 6,1 % do 8,1 % p. a. Podstatnou roli hrály také poplatky za vedení úvěru, které si jednotlivé banky účtovaly. Unicredit bank by si účtovala poplatky ve výši pouze 150 Kč měsíčně, na rozdíl od Equa bank, kde by poplatky mohly vystoupat až na 400 Kč. Pokud bych tedy měla porovnat celkové zaplacené částky, které obsahují jak úroky, tak poplatky za vedení a vyřízení úvěru vycházel by nejvýhodněji sedmiletý zajištěný úvěr od Equa bank, na druhém místě by byl krytý úvěr od Unicredit bank a třetí nejvýhodnější by byl sedmiletý úvěr od společnosti Moneta Money Bank.

Dále požaduji možnost mimořádných splátek, popřípadě předčasné splacení úvěru bez jakéhokoli finančního či jiného postihu. Společnost Equa bank obě tyto možnosti nabízí. U společnosti Unicredit Bank je výše mimořádných splátek omezena, předčasné splacení úvěru je zde ovšem povoleno. Společnost Moneta nabízí možnost mimořádných splátek, ale je zde zpoplatněno předčasné splacení úvěru a to ve výši 5 % z předčasně splacené jistiny.

Tabulka č. 22: Porovnání nejvýhodnějších úvěrů

(Zdroj: Vlastní zpracování)

	Equa bank	Unicredit bank	Moneta
Pobočka ve Valašském Meziříčí	ANO	ANO	ANO
Výše úvěru	750 000 Kč	750 000 Kč	750 000 Kč
Doba splácení	7 let	7 let	7 let
Úroková sazba	6,5 % p. a.	8,1 % p. a.	7,9 % p. a.
Poplatky za správu úvěru (měsíčně)	400 Kč	150 Kč	200 Kč
Měsíční splátka	11 537 Kč	11 877 Kč	11 852 Kč
Neomezené mimořádné splátky	ANO	NE	ANO
Předčasné splacení bez postihu	ANO	ANO	NE

V tabulce č. 25 jsou porovnány tři nejvýhodnější úvěry. Jsou zde zohledněna všechna kritéria, na kterých mi při výběru úvěru záleží. Pokud bych tedy vybírala úvěr, který by splňoval všechny mé požadavky, zvolila bych úvěr od společnosti Equa bank. Tato banka má pobočku ve Valašském Meziříčí, nabízí mi zajištěný úvěr ve výši 750 000 Kč

s úrokovou sazbou 6,5 % p. a. a mám zde možnost mimořádných splátek či předčasného splacení. Měsíčně by moje splátka byla ve výši 11 537 Kč a celkem bych bance za tento úvěr zaplatila 969 108 Kč.

V příloze bakalářské práce je vypracovaný splátkový kalendář právě k tomuto úvěru.

3.6 Shrnutí

V praktické části práce jsem zjišťovala, jak velké množství peněžních prostředků připadá na pořízení prostor potřebných k podnikání. Zjistila jsem, že na pořízení prostor a jeho následnou úpravu, která zahrnuje jak opravu interiéru, tak jeho vybavení, je potřeba 207 000 Kč. Dále je potřeba mít zařízené technické zázemí prodejny, které vyjde na 8 678 Kč. Ostatní náklady spojené se začátkem podnikání, jako jsou vyřízení živnostenského oprávnění a reklama vyjdou na 31 000 Kč. Celková výše nákladů před začátkem podnikání je 246 678 Kč.

Dále jsem se věnovala nákladům a následným tržbám za první čtyři měsíce provozu. Uvedla jsem tři varianty, které se od sebe liší rozdílným předpokládaným počtem zákazníků za den. V realistické variantě vyšly náklady na provoz podniku ve výši 703 378 Kč a tržby na 699 600 Kč. V pesimistické variantě, ve které jsem počítala s nižší návštěvností prodejny o 10 zákazníků denně, mi vyšly náklady na provoz ve výši 505 302 Kč. Tržby za čtyři měsíce provozu byly 435 600 Kč. V optimistické variantě jsem počítala, že prodejnu denně navštíví o 10 zákazníků více, než ve variantě realistické. Náklady tak byly ve výši 906 454 Kč a tržby 963 600 Kč. Rozhodla jsem se dále počítat s realistickou variantou. K zahájení podnikání a následnému pokrytí čtyřměsíčních nákladů je potřeba mít finanční prostředky ve výši 950 056 Kč. Jelikož sama disponuji pouze částkou 200 000 Kč, musím si obstarat přibližně 750 000 Kč abych mohla s podnikáním začít.

Zvažovala jsem tři možnosti, jak potřebné finance získat a to spoření vlastních prostředků, crowdfundingovou kampaň nebo podnikatelský úvěr. Za nejvhodnější způsob financování jsem zvolila podnikatelský úvěr. Kontaktovala jsem pět bank s žádostí o podnikatelský úvěr ve výši 750 000 Kč. Přišlo mi osm různých nabídek na podnikatelský úvěr, které jsem mezi sebou porovnávala a na základě vlastních kritérií vybrala tu nejvýhodnější. Jednalo se o nabídku od společnosti Equa bank a to na zajištěný

podnikatelský úvěr ve výši 750 000 Kč na dobu 7 let s úrokovou sazbou 6,5 % p. a. Za tento úvěr bych platila měsíční splátky ve výši 11 537 Kč a celkem bych bance zaplatila 969 108 Kč.

ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce bylo vybrat vhodný způsob, jakým zajistit finanční prostředky potřebné k otevření bezobalové prodejny ve Valašském Meziříčí a následně k pokrytí nákladů v prvních čtyřech měsících jejího provozu a dále doporučení, zda je vhodné nyní tento podnikatelský záměr realizovat.

V úvodu práce byly definovány základní pojmy spojené s podnikáním a financováním a představeny analýzy, které byly v dalších částech práce využity. Mezi tyto analýzy patřily SLEPT a SWOT analýza, Porterův model pěti sil a analýza rizik.

Za pomoci zmíněných analýz byla provedena analýza současného stavu, z důvodu posouzení, zda je nyní vhodná doba na rozjezd podnikání a zda je Valašské Meziříčí vhodné místo pro tento druh podniku. Z provedených analýz vyplynulo, že z důvodu koronavirové krize, která s sebou přináší nejrůznější opatření není nyní nejvhodnější doba na rozjezd podnikání a vyplatí se raději počkat, než se tenhle problém zlepší a poté s podnikáním začít. Město Valašské Meziříčí je samo o sobě na tento druh podnikání připraveno a je zde velké množství potencionálních zákazníků. Z dotazníkového šetření které bylo provedeno bylo zjištěno, že lidé i přesto, že s tímto druhem nakupování nemají téměř žádné zkušenosti, by zde bezobalovou prodejnu uvítali a část obyvatel by ji určitě využívala.

Hlavní část práce byla věnována financování podnikatelského záměru. Nejprve bylo zjištěno, jak velké množství finančních prostředků je potřeba k pronájmu a následně úpravě prostor. Tato částka byla ve výši přibližně 247 000 Kč. Dále byla představena pesimistická, realistická a optimistická varianta provozu. K dalším výpočtům byla vybrána realistická varianta, ve které bylo k zajištění čtyřměsíčního provozu potřebné mít k dispozici 703 378 Kč. Celková suma potřebná k rozjezdu podnikání by byla ve výši 950 378 Kč.

Při výběrů vhodného financování byly posouzeny tři varianty a to financování pomocí vlastních prostředků, využití crowdfundingové kampaně nebo využití podnikatelského úvěru. Z těchto možností byla vybrána ta poslední a to využití podnikatelského úvěru. Bylo kontaktováno několik bank, následně byly poskytnuté nabídky mezi sebou porovnány a na základě stanovených kritérií byl z jednotlivých nabídek vybrán nejvhodnější úvěr. Jednalo se o zajištěný podnikatelský úvěr od společnosti Equa Bank.

Úvěr by byl na částku 750 000 Kč a dobu splatnosti 7 let. Úroková sazba byla ve výši 6,5 % p. a. Měsíční splátky bez poplatků by byly ve výši 11 137 Kč, s poplatky za správu úvěru by měsíční splátka vystoupala na 11 537 Kč. Byla by zde možnost neomezených mimořádných splátek či předčasné splacení úvěru. Celkem bych bance za tento úvěr zaplatila 969 108 Kč.

Při vypracování této práce jsem zjistila, že pokud chce člověk začít podnikat, je potřeba si připravit kvalitní podnikatelský plán a zjistit, zda je okolí na tento plán připraveno, je o něj zájem a také mít přehled o velikosti počátečních investic.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. MARTINOVIČOVÁ, Dana, KONEČNÝ, Miloš a VAVŘINA, Jan. *Úvod do podnikové ekonomiky*. Praha : Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5316-4.
2. *Živnostenské podnikání: předpisy regulující podnikání*. Ostrava : Sagit, 1995.
ISBN 978-80-7488-404-7.
3. SRPOVÁ, Jitka a ŘEHOŘ, Václav. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha : Grada , 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
4. *Občanský zákoník: novelizované znění*. Ostrava : Sagit, 2012.
ISBN 978-80-7488-415-3.
5. Co znamená pojem podnik a podnikatel? *www.altaxo.cz*. [Online] 2019.
[Citace: 25. 2. 2021] <https://www.altaxo.cz/zacatek-podnikani/podnikani-obecne/co-znamenava-pojem-podnikatel-a-podnik>.
6. ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena. *Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele*. Praha : Grada, 2019. ISBN 978-80-271-2182-3.
7. Druhy živností . *www.podnikatel.cz/pruvodce/jak-podnikat/druhy-zivnosti/*. [Online] [Citace: 11. 1. 2021] <https://www.podnikatel.cz/pruvodce/jak-podnikat/druhy-zivnosti/>.
8. SRPOVÁ, Jitka. *Začínáme podnikat*. Praha : Grada, 2020. ISBN 978-80-271-2253-0.
9. Zákon č.90/2012 Sb. <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90>. [Online] © AION CS, s.r.o. [Citace: 12. 1. 2021] <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90>.
10. JOSKOVÁ, Lucie a PRAVDA, Petr. *Zákon o obchodních korporacích s komentářem: s účinností od 1. 1 .2014 nahrazuje obchodní zákoník*. Praha : Grada , 2014.
ISBN 978-80-247-4834-4.
11. KOPŘIVA, Jan. *Veřejná obchodní společnost a komanditní společnost*. [přednáška]. Brno : VUT, 13. 11. 2020.
12. —. *Společnost s ručením omezeným*. [přednáška]. Brno : VUT, 2. 10. 2020.

13. Společnost s ručením omezeným – základní informace. *businesscenter.podnikatel.cz*. [Online] [Citace: 12. 1 2021.] <https://businesscenter.podnikatel.cz/pravo-predpisy/formy-podnikani/spolecnost-s-rucenim-omezenym-zakladni-informace/>.
14. HRDÝ, Milan a KRECHOVSKÁ, Michaela. *Finance podniku*. Praha : Wolters Kluwer, 2009. ISBN 978-80-7357-492-5.
15. KORÁB, Vojtěch, REŽŇÁKOVÁ, Mária a PETERKA, Jiří. *Podnikatelský plán*. Brno : Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.
16. SYNEK, Miloslav a KISLINGEROVÁ, Eva. *Podniková ekonomika. 6.,přepřac. a dopl. vyd.* Praha : C.H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-274-8.
17. WÖHE, Günter a KISLINGEROVÁ, Eva. *Úvod do podnikového hospodářství. 2., přepřac. a dopl. vyd.* Praha : C. H. BECK, 2007. ISBN 978-80-7179-897-2.
18. SRPOVÁ, Jitka, a další. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.
19. Marketingová strategie. *www.optimal-marketing.cz*. [Online] [Citace: 13. 1. 2021] <https://www.optimal-marketing.cz/slovnicek/marketingova-strategie>.
20. Business angels . *www.czechinvest.org/cz/*. [Online] © 1994–2021. [Citace: 14. 1. 2021] <https://www.czechinvest.org/cz/Sluzby-pro-male-a-stredni-podnikatele/Chcete-dotace/OPPI/Vyuziti-novych-financnich-nastroju/Business-angels>.
21. Jak získat peníze na rozjezd podnikání. *www.pruvodcepodnikanim.cz*. [Online] ČSOB, © 2021. [Citace: 15. 1. 2021] <https://www.pruvodcepodnikanim.cz/clanek/jak-ziskat-penize-na-rozjezd-podnikani/>.
22. KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketnigu*. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5.
23. KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha : Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
24. VEBER , Jaromír a SRPOVÁ, Jitka. *Podnikání pro malé a střední firmy* . Praha : Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

25. ČEVELOVÁ, Magdaléna . SWOT analýza . /www.cevelova.cz/proc-swot-analyza/. [Online] © Magdalena Čevelová , 2008 - 2021. [Citace:17. 1. 2021] <https://www.cevelova.cz/proc-swot-analyza/>.
26. Registr rizik. www.pmconsulting.cz. [Online] © PM Consulting. [Citace: 17. 1. 2021] <https://www.pmconsulting.cz/nastroje/registr-rizik/>.
27. SMOLÍKOVÁ, Lenka. Řízení rizik. *přednáška*. [přednáška]. Brno : VUT, 4. 11 2021.
28. O městě . www.valasskemezirci.cz. [Online] WEBHOUSE, s.r.o. [Citace: 19. 1. 2021] <https://www.valasskemezirci.cz/o-meste/ds-1002/archiv=0&p1=17576>.
29. Vývoj HDP v ČR. www.kurzy.cz/makroekonomika/hdp/. [Online] 2000 - 2021. [Citace: 19. 1. 2021] <https://www.kurzy.cz/makroekonomika/hdp/>.
30. Míra nezaměstnanosti a ekonomické aktivity . <https://www.czso.cz/csu/czso/katalog-produktu>. [Online] [Citace: 19. 1. 2021] <https://www.czso.cz/csu/czso/katalog-produktu>.
31. Počet obyvatel v obcích k 1. 1. 2021. <https://www.czso.cz/csu/czso/>. [Online] 2021. [Citace: 10. 5. 2021] <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112021>.
32. Věkové složení a pohyb obyvatelstva Zlínského kraje. <https://www.czso.cz/csu/czso/>. [Online] 2021. [Citace: 10. 2. 2021] <https://www.czso.cz/csu/czso/vekove-slozeni-a-pohyb-obyvatelstva-zlinskeho-kraje-jeho-okresu-a-spravnich-obvodu-obci-s-rozsirenou-pusobnosti-2019>.
33. Online evidence tržeb. www.etrzby.cz. [Online] © 2016 - 2020. [Citace: 20. 1. 2021] <https://www.etrzby.cz/cs/jak-to-funguje>.
34. Co je HitHit. <https://www.hithit.com/cs/article/whatIsHithit>. [Online] 2021. [Citace: 4. 4. 2021] <https://www.hithit.com/cs/article/whatIsHithit>.
35. Donio návrh projektu . <https://www.donio.cz/navrh>. [Online] 2021.[Citace: 4. 4. 2021] <https://www.donio.cz/navrh>.
36. Klientská linka. Žádost o podnikatelský úvěr. Valašské Meziříčí : Komerční banka, 7. 4. 2021.

37. Bankovní poradce. Žádost o podnikatelský úvěr. Valašské Meziříčí : Unicredit Bank, 7. 4. 2021.
38. Informační linka pro podnikatele. Žádost o podnikatelský úvěr. Valašské Meziříčí : Česká spořitelna, 8. 4. 2021.
39. Finanční poradce. Žádost o podnikatelský úvěr. Valašské Meziříčí : Moneta Money Bank, 7. 4. 2021.
40. Finanční konzultant . Žádost o podnikatelský úvěr. Valašské Meziříčí : Equa bank, 8. 4. 2021.

SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: Meziroční vývoj HDP v % (Zdroj: Vlastní zpracování podle (29))	34
Graf č. 2: Míra nezaměstnanosti (Zdroj: Vlastní zpracování podle (30))	36
Graf č. 3: Obyvatelé ve věku 15-64 let k 31. 12. 2019 (Zdroj: Vlastní zpracování podle (32))	38
Graf č. 4: Dotazníkové šetření 1. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)	47
Graf č. 5: Dotazníkové šetření 2. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)	47
Graf č. 6: Dotazníkové šetření 3. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)	48
Graf č. 7: Dotazníkové šetření 4. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)	48
Graf č. 8: Dotazníkové šetření 5. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)	49
Graf č. 9: Dotazníkové šetření 6. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)	49
Graf č. 10: Dotazníkové šetření 7. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)	50
Graf č. 11: Dotazníkové šetření 8. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)	50
Graf č. 12: Dotazníkové šetření 9. otázka (Zdroj: Vlastní zpracování)	51

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1: Rozdělení živností (Zdroj: Vlastní zpracování).....	13
Obrázek č. 2: Rozdělení Obchodních společností (Zdroj: Vlastní zpracování)	15
Obrázek č. 3: Porterův model pěti sil (Zdroj: Vlastní zpracování).....	27
Obrázek č. 4: SWOT analýza (Zdroj: Vlastní zpracování podle (22))	28
Obrázek č. 5: Valašské Meziříčí (Zdroj: www.mapy.cz)	32
Obrázek č. 6: Mapa konkurenčních podniků (Zdroj: www.mapy.cz).....	39
Obrázek č. 7: SWOT analýza bezobalového obchodu (Zdroj: Vlastní zpracování)..	41
Obrázek č. 8: Logo podniku (Zdroj: Vlastní zpracování).....	52

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: Hodnota výskytu rizika	30
Tabulka č. 2: Velikost negativního dopadu	30
Tabulka č. 3: Hodnota významnosti rizika	31
Tabulka č. 4: Míra nezaměstnanosti v %	35
Tabulka č. 5: Počet obyvatel ve Valašském Meziříčí	36
Tabulka č. 6: Počet obyvatel ve Valašském Meziříčí	37
Tabulka č. 7: Věková struktura obyvatel ve Valašském Meziříčí	37
Tabulka č. 8: Významnost rizik	44
Tabulka č. 9: Počáteční náklady	54
Tabulka č. 10: Plán nákladů realistická varianta	56
Tabulka č. 11: Plán tržeb realistická varianta	57
Tabulka č. 12: Plán nákladů pesimistická varianta	58
Tabulka č. 13: Plán tržeb pesimistická varianta	58
Tabulka č. 14: Plán nákladů optimistická varianta	60
Tabulka č. 15: Plán tržeb optimistická varianta	61
Tabulka č. 16: Úvěr Komerční banka	65
Tabulka č. 17: Úvěr Unicredit Bank	66
Tabulka č. 18: Úvěr Česká spořitelna	67
Tabulka č. 19: Úvěr Moneta Money Bank	68
Tabulka č. 20: Úvěr Equa bank	69
Tabulka č. 21: Nabídka podnikatelských úvěrů	70
Tabulka č. 22: Porovnání nejvýhodnějších úvěrů	71

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Dotazník k bakalářské práci	I
Příloha č. 2: Seznam nabízeného zboží	III
Příloha č. 3: Splátkový kalendář Equa bank	IV

PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Dotazník k bakalářské práci

Dotazník k bakalářské práci

Dobrý den, jmenuji se Denisa Konvičná a jsem studentkou třetího ročníku fakulty podnikatelské na VUT v Brně. Chtěla bych Vás poprosit o vyplnění krátkého dotazníku k mé bakalářské práci, která se zabývá otevřením bezobalové prodejny ve Valašském Meziříčí a vytvořením návrhu na její financování.

Děkuji za vyplnění a za Váš čas.

1. Bydlíte ve Valašském Meziříčí (VM) a jeho částech a provádíte zde své nákupy?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bydlím ve VM a taky zde nakupuji | <input type="checkbox"/> Bydlím jinde, ale nakupuji ve VM |
| <input type="checkbox"/> Bydlím ve VM, ale nenakupuji zde | <input type="checkbox"/> Bydlím jinde a ve VM nenakupuji |

2. Kolik Vám je let?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0-15 | <input type="checkbox"/> 50-64 |
| <input type="checkbox"/> 15-29 | <input type="checkbox"/> 64+ |
| <input type="checkbox"/> 30-49 | |

3. Jak často nakupujete trvanlivé potraviny? (mouky, těstoviny, luštěniny, aj.)

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1x týdně | <input type="checkbox"/> 1x měsíčně |
| <input type="checkbox"/> 1x za 14 dnů | <input type="checkbox"/> Podle potřeby |

4. Nakupujete potraviny do zásob nebo podle aktuální potřeby?

- Do zásob
- Podle potřeby
- Obě varianty, záleží na druhu zboží.

5. Dáváte přednost nákupu ve velkých supermarketech (Tesco, Albert apod.) nebo v malých obchůdcích (Jednota, Hruška apod.)?

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Supermarket | <input type="checkbox"/> Malý obchůdek |
|--------------------------------------|--|

6. Víte, jak funguje bezobalová prodejna? ¹

- Ano
- Ne
- Tuším

7. Nakupovali jste někdy v bezobalové prodejně?

- Ano
- Ne

8. Využili byste možnosti bezobalového nákupu potravin ve Valašském Meziříčí?

- Ano
- Ne
- Nevím

9. Kolik byste byli ochotni zaplatit za běžný nákup v bezobalové prodejně?

- Do 100 Kč
- 101-300 Kč
- 301-500 Kč
- 501-1000 Kč
- Nad 1000 Kč

¹ Při nákupu v bezobalové prodejně zákazníci nakupují do vlastních krabiček, které si přinesou z domu nebo si je na místě zakoupí. Potraviny zde tedy nejsou předem baleny a zákazník si sám určí, jak velké množství zboží si nakoupí.

Příloha č. 2: Seznam nabízeného zboží

Seznam zboží

Koření

Sůl

Pepř

Kmín

Bobkový list

Skořice

Paprika sladká

Chilli

Oleje

Slunečnicový olej

Olivový olej

Sezamový olej

Kokosový olej

Ořechy a semena

Mák

Sezam

Kešu

Vlašské ořechy

Lněné semínka

Slunečnicové semínka

Dýňové semínka

Sušené plody

Švestky

Jablka

Rajčata

Datle

Luštěniny, těstoviny, obiloviny

Mouka hladká

Mouka polohrubá

Mouka hrubá

Mouka chlebová

Bulgur

Čočka

Cizrna

Kuskus

Vločky ovesné

Pohanka

Rýže natural

Vlasové nudle

Špagety

Kolínka

Domácnost

Prací prášek

Čisticí gel

Jar

Příloha č. 3: Splátkový kalendář Equa bank

Rok	Měsíc	Počáteční hodnota	Splátka	Úrok	Úmor	Konečná hodnota
1	1	750 000	11 137	4063	7 075	742 925
1	2	742 925	11 137	4024	7 113	735 813
1	3	735 813	11 137	3986	7 151	728 661
1	4	728 661	11 137	3947	7 190	721 471
1	5	721 471	11 137	3908	7 229	714 242
1	6	714 242	11 137	3869	7 268	706 974
1	7	706 974	11 137	3829	7 308	699 666
1	8	699 666	11 137	3790	7 347	692 319
1	9	692 319	11 137	3750	7 387	684 932
1	10	684 932	11 137	3710	7 427	677 505
1	11	677 505	11 137	3670	7 467	670 037
1	12	670 037	11 137	3629	7 508	662 530
2	1	662 530	11 137	3589	7 548	654 981
2	2	654 981	11 137	3548	7 589	647 392
2	3	647 392	11 137	3507	7 630	639 762
2	4	639 762	11 137	3465	7 672	632 090
2	5	632 090	11 137	3424	7 713	624 377
2	6	624 377	11 137	3382	7 755	616 622
2	7	616 622	11 137	3340	7 797	608 825
2	8	608 825	11 137	3298	7 839	600 985
2	9	600 985	11 137	3255	7 882	593 104
2	10	593 104	11 137	3213	7 924	585 179
2	11	585 179	11 137	3170	7 967	577 212
2	12	577 212	11 137	3127	8 011	569 201
3	1	569 201	11 137	3083	8 054	561 147
3	2	561 147	11 137	3040	8 098	553 050
3	3	553 050	11 137	2996	8 141	544 908
3	4	544 908	11 137	2952	8 185	536 723
3	5	536 723	11 137	2907	8 230	528 493
3	6	528 493	11 137	2863	8 274	520 219
3	7	520 219	11 137	2818	8 319	511 899
3	8	511 899	11 137	2773	8 364	503 535
3	9	503 535	11 137	2727	8 410	495 126
3	10	495 126	11 137	2682	8 455	486 670
3	11	486 670	11 137	2636	8 501	478 169
3	12	478 169	11 137	2590	8 547	469 622
4	1	469 622	11 137	2544	8 593	461 029
4	2	461 029	11 137	2497	8 640	452 389
4	3	452 389	11 137	2450	8 687	443 703
4	4	443 703	11 137	2403	8 734	434 969
4	5	434 969	11 137	2356	8 781	426 188
4	6	426 188	11 137	2309	8 829	417 359

4	7	417 359	11 137	2261	8 876	408 483
4	8	408 483	11 137	2213	8 924	399 559
4	9	399 559	11 137	2164	8 973	390 586
4	10	390 586	11 137	2116	9 021	381 564
4	11	381 564	11 137	2067	9 070	372 494
4	12	372 494	11 137	2018	9 119	363 375
5	1	363 375	11 137	1968	9 169	354 206
5	2	354 206	11 137	1919	9 218	344 987
5	3	344 987	11 137	1869	9 268	335 719
5	4	335 719	11 137	1818	9 319	326 400
5	5	326 400	11 137	1768	9 369	317 031
5	6	317 031	11 137	1717	9 420	307 612
5	7	307 612	11 137	1666	9 471	298 141
5	8	298 141	11 137	1615	9 522	288 619
5	9	288 619	11 137	1563	9 574	279 045
5	10	279 045	11 137	1511	9 626	269 419
5	11	269 419	11 137	1459	9 678	259 742
5	12	259 742	11 137	1407	9 730	250 011
6	1	250 011	11 137	1354	9 783	240 229
6	2	240 229	11 137	1301	9 836	230 393
6	3	230 393	11 137	1248	9 889	220 504
6	4	220 504	11 137	1194	9 943	210 561
6	5	210 561	11 137	1141	9 997	200 564
6	6	200 564	11 137	1086	10 051	190 514
6	7	190 514	11 137	1032	10 105	180 409
6	8	180 409	11 137	977	10 160	170 249
6	9	170 249	11 137	922	10 215	160 034
6	10	160 034	11 137	867	10 270	149 764
6	11	149 764	11 137	811	10 326	139 438
6	12	139 438	11 137	755	10 382	129 056
7	1	129 056	11 137	699	10 438	118 618
7	2	118 618	11 137	643	10 495	108 123
7	3	108 123	11 137	586	10 551	97 572
7	4	97 572	11 137	529	10 609	86 963
7	5	86 963	11 137	471	10 666	76 297
7	6	76 297	11 137	413	10 724	65 573
7	7	65 573	11 137	355	10 782	54 792
7	8	54 792	11 137	297	10 840	43 951
7	9	43 951	11 137	238	10 899	33 052
7	10	33 052	11 137	179	10 958	22 094
7	11	22 094	11 137	120	11 017	11 077
7	12	11 077	11 137	60	11 077	0
Celkem			935 515	185 514	750 000	