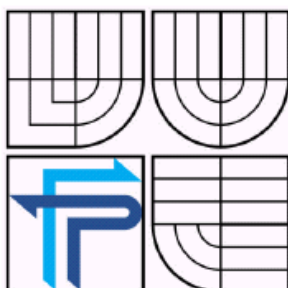


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV FINANCÍ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF FINANCES

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR: OBCHOD S KVĚTINAMI A DÁRKOVÝM ZBOŽÍM

THE BUSINESS PLAN: FLOWER SHOP AND GIFT GOODS

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

LENKA KUBÁTOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

Ing. DANA MARTINOVÍČOVÁ, Ph.D.

BRNO 2007

Vysoká škola: Vysoké učení technické v Brně
Fakulta: podnikatelská

Akademický rok: 2006/2007
Ústav: financí

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Lenka Kubátová

6202R006 - Daňové poradenství

Ředitel ústavu v souladu se zákonem č. 111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů Vám zadává bakalářskou práci s názvem:

Podnikatelský záměr: Obchod s květinami a dárkovým zbožím

The Business Plan: Flower Shop and Gift Goods

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému a cíle bakalářské práce

Teoretická východiska práce

Současný stav odvětví služeb v místě a okolí realizace projektu

Návrh podnikatelského záměru a časový harmonogram jeho realizace

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Podle § 60 zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) v platném znění, je tato práce "Školním dílem". Využití této práce se řídí právním režimem autorského zákona. Citace povoluje Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně. Podmínkou externího využití této práce je uzavření "Licenční smlouvy" dle autorského zákona.

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Rozsah původní zprávy: cca 40 stran

Seznam odborné literatury:

- PRAŽSKÁ, L., JINDRA, J. a kol. Obchodní podnikání. 2. přeprac. vyd. Praha: Management Press, 2002. 874 s. ISBN 80-7261-059-7
VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. Podnikání malé a střední firmy. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2.
VEBER, J. a kol. Management. Základy – prosperita – globalizace. 1. vyd. Praha: Management Press, 2000. 700 s. ISBN 80-7261-029-5.
FOTR, J., DĚDINA, J., HRŮZOVÁ, H. Manažerské rozhodování. 2. uprav. a rozšíř. vyd. Praha: EKOPRESS, 2000. 231 s. ISBN 80-86119-20-3.

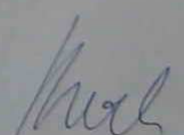
Vedoucí bakalářské práce: Ing. Dana Martinovičová, Ph.D.

Datum zahájení bakalářské práce: 31. října 2006

Datum odevzdání bakalářské práce: 31. května 2007




Ing. Pavel Svirák, Dr.
Ředitel ústavu


Doc. Ing. Miloš Koch, CSc.
Děkan

V Brně dne: 23. května 2007

Licenční smlouva

POSKYTOVANÁ K VÝKONU PRÁVA UŽÍT ŠKOLNÍ DÍLO

uzavřená mezi smluvními stranami:

1. Pan/paní

Jméno a příjmení: Lenka Kubátová

Bytem: U Zastávky 433/3, 696 01 Rohatec

Narozen/a (datum a místo): 18.7.1985, Hodonín

(dále jen „autor“)

a

2. Vysoké učení technické v Brně

Fakulta podnikatelská

se sídlem Kolejní 2906/4, 612 00, Brno

jejímž jménem jedná na základě písemného pověření děkanem fakulty:

Ing. Pavel Svirák Dr., ředitel ústavu financí

(dále jen „nabyvatel“)

Čl. 1

Specifikace školního díla

1. Předmětem této smlouvy je vysokoškolská kvalifikační práce (VŠKP):

- ☐ disertační práce
- ☐ diplomová práce
- ☒ bakalářská práce
- ☐ jiná práce, jejíž druh je specifikován jako

.....

(dále jen VŠKP nebo dílo)

Název VŠKP: Podnikatelský záměr: Obchod s květinami a dárkovým zbožím

Vedoucí/ školitel VŠKP: Ing. Dana Martinovičová, Ph.D.

Ústav: Financí

Datum obhajoby VŠKP: Červen 2007

VŠKP odevzdal autor nabyvateli v*:

- ☒ tištěné formě – počet exemplářů 1
- ☒ elektronické formě – počet exemplářů 1

* hodící se zaškrtněte

2. Autor prohlašuje, že vytvořil samostatnou vlastní tvůrčí činností dílo shora popsané a specifikované. Autor dále prohlašuje, že při zpracovávání díla se sám nedostal do rozporu s autorským zákonem a předpisy souvisejícími a že je dílo dílem původním.
3. Dílo je chráněno jako dílo dle autorského zákona v platném znění.
4. Autor potvrzuje, že listinná a elektronická verze díla je identická.

Článek 2

Udělení licenčního oprávnění

1. Autor touto smlouvou poskytuje nabyvateli oprávnění (licenci) k výkonu práva uvedené dílo nevýdělečně užít, archivovat a zpřístupnit ke studijním, výukovým a výzkumným účelům včetně pořizování výpisů, opisů a rozmnoženin.
2. Licence je poskytována celosvětově, pro celou dobu trvání autorských a majetkových práv k dílu.
3. Autor souhlasí se zveřejněním díla v databázi přístupné v mezinárodní síti
 - ☐ ihned po uzavření této smlouvy
 - ☐ 1 rok po uzavření této smlouvy
 - ☐ 3 roky po uzavření této smlouvy
 - ☐ 5 let po uzavření této smlouvy
 - ☐ 10 let po uzavření této smlouvy(z důvodu utajení v něm obsažených informací)
4. Nevýdělečné zveřejňování díla nabyvatelem v souladu s ustanovením § 47b zákona č. 111/ 1998 Sb., v platném znění, nevyžaduje licenci a nabyvatel je k němu povinen a oprávněn ze zákona.

Článek 3

Závěrečná ustanovení

1. Smlouva je sepsána ve třech vyhotoveních s platností originálu, přičemž po jednom vyhotovení obdrží autor a nabyvatel, další vyhotovení je vloženo do VŠKP.
2. Vztahy mezi smluvními stranami vzniklé a neupravené touto smlouvou se řídí autorským zákonem, občanským zákoníkem, vysokoškolským zákonem, zákonem o archivnictví, v platném znění a popř. dalšími právními předpisy.
3. Licenční smlouva byla uzavřena na základě svobodné a pravé vůle smluvních stran, s plným porozuměním jejímu textu i důsledkům, nikoliv v tísní a za nápadně nevýhodných podmínek.
4. Licenční smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.

V Brně dne:

Nabyvatel..... Autor.....

Anotace

Bakalářská práce přináší návrh na založení podnikatelského subjektu, jehož cílem je uspokojit přání a potřeby potenciálních zákazníků v oblasti služeb květinářství a dárkového zboží. Vytýčuje oblast podnikání, zákaznický segment a druh výrobků a služeb, na které se chce podnik při podnikání zaměřit.

Klíčová slova

Podnik, Podnikatel, Podnikatelský plán, květinářství, Zákazník.

Annotation

The bachelor work offers the proposal to establish a company which target is to satisfy the wishes and the needs of potential clients in the sphere of services, florist's and gift wares. It defines the business area, the client segment and the kind of products and services that the company wants to intent on.

Keywords

Company, Businessman, Business plan, Flower shop, Consumer.

Bibliografická citace

KUBÁTOVÁ, L. *Podnikatelský záměr: Obchod s květinami a dárkovým zbožím*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2007. 61 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Dana Martinovičová, Ph.D.

Čestné prohlášení

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

V Rohatci dne

Podpis:.....

Poděkování

Děkuji všem osobám, které svou radou či jinou pomocí přispěly ke zdárnému vytvoření této práce. Velice děkuji vedoucí práce Ing. Daně Martinovičové, Ph.D. za její laskavé vedení a cenné rady, které mi při zpracování bakalářské práce poskytovala. Zvláštní dík patří také rodičům nejen za materiální, ale také psychickou podporu během celého mého dosavadního studia.

Úvod.....	10
1 Vymezení problému a cíle bakalářské práce.....	11
2 Teoretická východiska práce.....	12
2.1 Živnostenské podnikání v České republice.....	14
2.2 Získání živnostenského oprávnění a zahájení podnikání.....	17
2.3 Historie podnikání na území České republiky.....	18
2.4 Charakteristika podnikání v Evropské unii.....	20
2.5 Charakteristika podnikatelského záměru.....	25
3 Současný stav odvětví služeb v místě a okolí realizace projektu.....	28
4 Návrh podnikatelského záměru a časový harmonogram jeho realizace.....	31
4.1 Časový harmonogram realizace podnikatelského záměru.....	31
4.2 Zahájení podnikání.....	32
4.3 Charakteristika provozovny.....	34
4.4 Sortiment nabízeného zboží.....	35
4.5 Analýza zákazníků.....	36
4.6 Analýza dodavatelů.....	39
4.7 Analýza konkurence.....	42
4.8 Návrh reklamy.....	42
4.9 Finanční plán.....	43
4.10 Analýza silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí.....	51
Závěr.....	53
Seznam použité literatury.....	55
Seznam použitých zkratk.....	57
Seznam grafů, tabulek a obrázků.....	58
Přílohy	59

Úvod

Ve své bakalářské práci se zabývám návrhem na založení květinářství a obchodu s dárkovým zbožím. Popisuji zde svůj podnikatelský záměr od prvního okamžiku, kdy se mi nápad zrodil v hlavě, až po jeho finální realizaci. Analyzuji současnou situaci a navrhuji takovou strategii podnikání, díky které by měl podnik prosperovat a být úspěšný.

Bakalářská práce se skládá ze tří hlavních částí. První částí jsou teoretická východiska práce. Je zde popsáno podnikání v České republice i v Evropské unii, živnostenské podnikání, stejně tak náležitosti podnikatelského záměru. V druhé části je charakterizován současný stav služeb v místě realizace projektu a okolí. V poslední, třetí části, je navrhnut samotný podnikatelský záměr a jeho časový harmonogram.

Podnikatelský záměr je vlastně správnou odpovědí na drtivou většinu začátečnických dotazů: „Kde mám vzít nápad?“, „Uživím se při stávajících cenách a prosadím se v takové konkurenci?“, „Čím začít?“, „Mám si brát nějaké zaměstnance?“... a tak dále. Mnohem lepší, než takto tápat, je nejdříve trochu přemýšlet.

Není snadné založit podnik a začít podnikat. Jen samotný nápad musí nejlépe několik týdnů zrát a krystalizovat, než dojde k jeho realizaci. Mně osobně k této myšlence vedl fakt, že již po tři roky se v místě mého bydliště, kde hodlám svůj plán uskutečnit, zboží a služby tohoto typu nenabízí a občanům čím dál více schází. Nejde jen o to umožnit obyvatelům snadnější přístup k tomuto sortimentu, ale zejména o to, nalákat je na něco nového, na něco originálního, na něco, co je zkrátka zaujme.

Největší chybou mnoha začátečníků jsou příliš obyčejné nápady bez jakékoliv invence a originality. Inovace jsou základním hybatelem tržní ekonomiky a kdo přichází s novými zajímavými nápady, ten bude mít zákazníků dost i například bez drahé reklamy.

Pomocí své práce se pokusím naplánovat takovou provozovnu, aby uspokojila potřeby a přání většiny zákazníků. V dnešní době je velmi obtížné vymyslet takový podnikatelský plán, podle něhož by vznikl podnik, který by prošel oním pověstným sítem konkurence a udržel se na trhu. Přesvědčivý a věrohodný podnikatelský plán se považuje za první krok k podnikatelskému úspěchu.

1 Vymezení problému a cíle bakalářské práce

Tato bakalářská práce představuje podnikatelský plán pro založení nového podnikatelského subjektu, a to květinářství a obchodu s dárkovým zbožím.

Návrh takového podnikatelského záměru vyhází ze shromážděných informací a hlavně z potřeby tento druh služeb v místě realizace uvést na trh, neboť zde bezpochyby schází.

Rohatec, odkud pocházím, je malá vesnice asi se třemi tisíci obyvatel. Všichni tito lidé musí nejen květiny, ale také drobné dárkové a dekorativní zboží jezdit nakupovat do okolních měst a vesnic. Nejbližším místem, kde mají možnost tento druh sortimentu nakoupit, je město Hodonín, vzdálené asi 5 kilometrů, které tyto služby nabízí sice ve velkém rozsahu, bohužel ale není všem snadno dostupné. Obzvlášť pro občany v důchodovém věku, pro matky s dětmi a pro obyvatele nevlastníci automobil je to problém. Musí cestovat za každého počasí, autobusem či vlakem pokaždé, když potřebují květiny či dárkové nebo dekorativní zboží. Proto jsem se rozhodla navrhnout plán pro založení květinářství a obchodu s dárkovým zbožím a tento plán v Rohatci realizovat.

Cílem mé bakalářské práce je navrhnout podnikatelský záměr pro založení obchodu s květinami a dárkovým zbožím. Dále tento plán podrobně a konkrétně zpracovat tak, aby bylo možné podle něj podnik založit.

Vzhledem k cíli, jsou v práci formulovány následující dílčí cíle:

- shromáždit potřebné teoretické informace a poznatky potřebné pro kvalitní zpracování podnikatelského záměru,
- provést analýzu současné situace v místě a okolí realizace projektu,
- navrhnout realizaci plánu v čase,
- analyzovat konkurenci, zákazníky, dodavatele, sortiment, silné a slabé stránky projektu, také hrozby a příležitosti,
- připravit finanční plán podniku, provést jeho ekonomický výhled,
- vyhodnotit celý podnikatelský záměr.

2 Teoretická východiska práce

Podle §2 zákona č. 513/1991 Sb., Obchodního zákoníku se **podnikáním** rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.

Podnikatelem podle §2 Obchodního zákoníku je:

- osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- osoba, která podniká na základě jiného, než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštních předpisů.

Dříve, než podnikatel začne podnikat, je důležité, aby si zvolil právní formu podnikání. **Kriterií**, podle nichž lze **právní formu volit**, je celá řada. Některá jsou všeobecnějšího rázu a některá výrazně specifická podle druhu činnosti, které se chce podnikatel věnovat. Standardně se vhodnost právní formy posuzuje podle řady kritérií. Důležitou roli může hrát minimální **velikost základního kapitálu**, která je vyžadována zákonem:

- u komanditní společnosti je minimální vklad komanditisty 5 000,- Kč,
- u společnosti s ručením omezeným 200 000,- Kč,
- u akciové společnosti 2 000 000,- Kč nebo 20 000 000,- Kč.

Při výchozích úvahách je třeba zvážit i další skutečnosti:

- počet osob zakládajících podnik,
- obtížnost založení,
- míru právní regulace činnosti,

- zastupování podnikatelského subjektu navenek, případně povinně vytvářené orgány společnosti,
- ručení podnikatele za závazky vzniklé podnikatelskou činností.

Jednou z možností, jak začít podnikat, je založit podnik jako fyzická osoba na základě živnostenského či jiného oprávnění. Tento způsob podnikání je vhodnou formou pro začínající podnikatele. Tuto formu využívají i ti, kteří v podnikatelské činnosti nespatřují hlavní zdroj svých příjmů. U této formy podnikání je velmi jednoduché zahájení činnosti. Lze ji vhodně kombinovat s výhodami plynoucími ze sdružení fyzických osob apod. Stejně jako všechny právní formy podnikání i tato nese své výhody a nevýhody.

Výhody podnikající osoby na základě živnostenského či jiného oprávnění jsou následující:

- minimum formálně – právních povinností (např. pokud nemusí být zapsán do obchodního rejstříku),
- velmi nízké správní výlohy nutné pro založení,
- podnikatelské činnosti lze zahájit hned po ohlášení (s výjimkou živností koncesovaných nebo činností vyžadující zvláštní povolení),
- případné změny probíhají poměrně rychle,
- není nutný počáteční kapitál,
- samostatnost a volnost při rozhodování,
- jednoduché přerušení či ukončení činnosti,
- lze zvolit daňovou evidenci nebo podvojný účetnictví (pokud není podnikatel zapsán do obchodního rejstříku),
- možnost uplatnit výdaje pro zjištění dílčího základu daně z podnikání paušální částkou,
- za určitých podmínek lze požádat o stanovení daně paušální částkou,

- zisk z podnikání je zdaněn progresivní daní z příjmů fyzických osob, je možnost uplatnit nezdanitelné částky a jiné odčitatelné položky,
- lze přizvat osobu žijící ve společné domácnosti s podnikatelem jako spolupracující osobu a přerozdělit na ni kromě pracovních povinností také část příjmů a výdajů z podnikání a využít tak možnost daňové úspory.

Nevýhody podnikající osoby na základě živnostenského či jiného oprávnění jsou následující:

- vysoké riziko vyplývající z neomezeného ručení majetkem podnikatele (riziko lze však omezit změnou podílu na společném jmění manželů),
- možné finanční problémy v podnikání se mohou projevit v rodině podnikatele,
- vysoké požadavky na odborné i ekonomické znalosti podnikatele,
- podnikatel obvykle zastává jak vlastní podnikatelskou činnost, tak nezbytnou administrativu spojenou s podnikáním,
- omezený přístup k bankovním úvěrům,
- v obchodních kontraktech může působit jako „malý či méněcenný partner“,
- sazba daně z příjmů je v nejvyšším pásmu vyšší než u právnických osob,
- ze zisku z podnikání se platí i pojistné sociální pojištění, a tak při vysokém zisku jsou odvody velmi vysoké,
- nemusí být zaručena kontinuita podnikání.

(VEBER J. a SRPOVÁ J. , 2005)

2.1 Živnostenské podnikání v České republice

Živnostenské podnikání v České republice upravuje zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

Živnostenské podnikání je soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených živnostenským zákonem. (Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání)

Mezi živnostmi lze podle současné právní úpravy diferencovat řadu druhů, a to na základě různých kritérií. Základním členěním je členění podle rozdílů v přístupovém režimu k oprávnění živnostensky podnikat. Jde tedy o:

- 1) živnosti **koncesované**,
- 2) živnosti **ohlašovací**, které dále dělíme na:
 - o živnosti volné,
 - o živnosti vázané,
 - o živnosti řemeslné.

Základní rozdíl mezi nimi spočívá v tom, že k provozování ohlašovací živnosti je rozhodující vůle subjektu touto formou podnikat. V případě, že subjekt splňuje zákonem předepsané všeobecné i případné zvláštní podmínky provozování živnosti k založení živnostenského oprávnění u ohlašovacích živností stačí, aby zamýšlené provozování živnosti předepsaným úkolem ohlásil. V případě živností koncesovaných je potřeba povolení živnostenského úřadu ve formě tzv. koncese a oprávnění k provozování takové živnosti zakládá v každém jednotlivém případě až pravomocné rozhodnutí živnostenského orgánu.

(zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání)

Vznik živnostenského oprávnění je u všech druhů živností vázán na splnění určitých zákonem stanovených podmínek. Živnostenský zákon tyto podmínky dělí do dvou skupin, a to na:

- 1) podmínky **všeobecné**:
 - o dosažení věku 18 let,
 - o způsobilost k právním úkonům,
 - o bezúhonnost,

- o předložení dokladu o tom, že fyzická osoba, pokud na území České republiky podniká nebo podnikala, nemá daňové nedoplatky. Doklad vyhotoví místně příslušný úřad,
- o předložení dokladu o tom, že fyzická osoba, pokud na území České republiky podniká nebo podnikala, nemá nedoplatky na platbách pojistného na sociálním zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti.

2) podmínky **zvláštní**:

- o zvláštními podmínkami provozování živnosti jsou odborná nebo jiná způsobilost, pokud je zákon nebo zvláštní předpisy vyžadují,
- o v případě změny nebo doplnění požadavků na odbornou způsobilost po vzniku živnostenského oprávnění se nepožaduje prokázání praxe u podnikatele, kterému trvá živnostenské oprávnění pro provozování dotčené živnosti a u osoby, která vykonává funkci odpovědného zástupce pro dotčenou živnost, jestliže ji vykonávala již před touto změnou,
- o nelze – li odbornou nebo jinou způsobilost prokázat dokladem vydaným jedné fyzické osobě, lze odbornou způsobilost prokázat dokladem vydaným podnikateli příslušným odborným orgánem v souladu se zvláštními předpisy,
- o podnikatel je povinen zajistit výkon činností, které jsou obsahem živností uvedených v nařízení vlády vydaném podle příslušných paragrafů zákona o živnostenském podnikání č.455/1991 Sb., pouze fyzickými osobami splňujícími požadavky odborné způsobilosti, které toto nařízení stanoví. Podnikatel vede o osobách splňující podmínky odborné způsobilosti evidenci a uchovává kopie dokladů prokazující tuto způsobilost minimálně tři roky ode dne ukončení výkonu činností těmito osobami, přitom je povinen dodržovat povinnosti stanovené zvláštními předpisy.

(zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání)

2.2 Získání živnostenského oprávnění a začátek podnikání

Předtím, než podnikatel začne vydělávat samostatně, zjednodušeně řečeno podnikat, je třeba zjistit, zda pro činnost, kterou chce vykonávat potřebuje:

- získat živnostenský list,
- získat jiné oprávnění (daňoví poradci, tlumočníci...),
- nic (autoři, herci...).

Postup získání živnostenského oprávnění se skládá z následujících kroků:

- 1) ověřit, zda činnost, v níž chce subjekt podnikat, vykazuje znaky živnosti,
- 2) ověřit, zda subjekt splňuje všeobecné a případně i zvláštní podmínky pro provozování živnosti,
- 3) zjistit, do jaké skupiny živností patří činnost, kterou chce subjekt vykonávat.

Dále je nutné na živnostenském úřadě vyplnit jednotný registrační formulář. Ten by měl umožnit vše, co je třeba:

- 1) získat živnostenský list,
- 2) provést povinné registrace:
 - na daň z příjmů fyzických osob,
 - na zdravotní pojištění,
 - na sociální pojištění.
- 3) případně provést další registrace (na daň z přidané hodnoty, na daň silniční, nemocenské pojištění, registrace do obchodního rejstříku a další.)

Živnostenské oprávnění vydává místně příslušný úřad podle bydliště fyzické osoby nebo podle sídla u právnické osoby. Za vydání živnostenského oprávnění se platí správní poplatek 1 000 Kč.

Po vydání živnostenského listu a splnění všech výše uvedených podmínek může začít subjekt podnikat, zároveň však musí:

- vést daňovou evidenci nebo podvojný účetnictví a schovávat všechny doklady,
 - nebo evidovat příjmy, budeme – li uplatňovat daňové výdaje procentem z příjmů a schovávat příjmové doklady,
 - platit měsíčně zálohy na zdravotní pojištění, pokud máme podnikání jako hlavní činnost,
 - platit měsíčně zálohy na sociální pojištění, pokud máme podnikání jako hlavní činnost nebo jsme se k účasti na sociálním pojištění přihlásili,
 - platit každý měsíc nemocenské pojištění, pokud jsme se k němu registrovali,
 - podat daňové přiznání po skončení roku a zaplatit daň z příjmů,
 - vést evidenci pro daň z přidané hodnoty, pokud jsme se zaregistrovali jako plátcí DPH,
 - platit čtvrtletní zálohy na silniční daň, pokud jsme se k ní zaregistrovali.
- (VEBER J. a SRPOVÁ J. , 2005)

2.3 Historie podnikání na území České republiky

První zmínky o drobném podnikání můžeme zachytit již v historických pramenech starých až 4000 tisíce let. Zde jsou zmínky o tehdejších bankéřích půjčující peníze na úrok. Počátky podnikání lze také nalézt už u starých Babylóňanů, Egyptanů, Řeků i Římanů, kde podnikatelé tvořili velkou část obyvatelstva.

Za Rakouska Uherska nebylo postavení drobných podnikatelů příznivé, proto se podnikatelé sdružovali v různá seskupení, známá především pod názvem cechy. Průběhem doby potom docházelo a stále dochází k větší specializovanosti řemesel. Před druhou světovou válkou bylo v Československu drobné podnikání vysoce rozvinuté, náš stát byl v 30. letech jeden z patnácti průmyslově nejrozvinutějších zemí světa.

Po druhé světové válce nastala postupná likvidace soukromých podniků, drobné podnikání postupně zaniklo a nastala orientace pouze na velké podniky. Hrubý domácí produkt z malého a středního podnikání pomalu, ale jistě klesal. V roce 1945 to bylo

6%, 1953 3,5% a v roce 1961 už jen pouhé jedno procento. V letech 1970 až 1989 malé a střední podnikání v podstatě neexistovalo, v ekonomice se projevovaly stále větší problémy a především nedostatek služeb. Stát si tento nedostatek uvědomoval, proto bylo od roku 1977 udělováno povolení národním výborem k poskytování některých druhů služeb.

Po roku 1989 pak došlo k transformačním, restrukturalizačním a reorganizačním změnám. Posílila se úloha soukromého sektoru, došlo k postupnému růstu podnikatelské sféry v důsledku makroekonomické a privatizační politiky vlády. V této době také asi jedna čtvrtina pracovně aktivního obyvatelstva samostatně podnikala. Tento růst počtu registrovaných firem trval až do roku 1993, ale rok poté došlo k mírnému poklesu. Hlavní příčinou byly potíže s neplacením zakázek a s vymáháním dluhů. Dále špatná dostupnost úvěrů, růst mezd a růst inflace.

Současný stav podnikatelských subjektů za posledních pět let v České republice ukazuje následující tabulka, která prezentuje statistické údaje o počtu vydaných živnostenských oprávněních (dále jen ŽO).

Počet ke dni	31.12.02	31.12.03	31.12.04	31.12.05	31.12.06
Celkem platných ŽO	3 402 655	3 517 655	3 637 442	3 750 559	3 837 725
- Živnosti.koncesované	131 972	120 258	120 326	128 145	122 245
- Živnosti vázané	270 550	280 356	289 179	294 513	300 311
- Živnosti řemeslné	619 826	641 291	659 905	678 385	692 682
- Živnosti volné	2 379 801	2 475 750	2 568 032	2 649 516	2 722 487
ŽO pro FO	2 608 175	2 690 816	2 744 858	2 804 648	2 851 311
ŽO pro PO	793 974	826 839	892 584	945 911	986 414
ŽO pro cizince	75 661	76 057	80 827	83 841	80 724
Podnikatelé celkem	1 908 306	1 962 868	1 983 285	2 005 882	2 030 759
- FO	1 676 221	1 726 683	1 736 800	1 751 940	1 773 785
- PO	232 085	236 185	246 485	253 942	256 974
- Cizinci	60 532	62 293	65 219	67 246	65 722
Počet obyvatel	10182 471	10219 162	10215 575	10246 522	10280 968
Počet ŽO na 1000 obyv.	334,12	344,22	356,07	366,03	373,28
Podnikatelů na 1000 obyv.	187,41	192,08	194,14	195,76	197,53
Počet ŽO na 1 podnikatele	1,78	1,79	1,83	1,87	1,89

Tabulka 1: Statistické údaje o podnikatelských subjektech v ČR v letech 2002 až 2006

zdroj: (17.4.2007 dostupné z: <http://www.rzp.cz/statistiky.html>)

Z tabulky je patrné, že nejen počet obyvatel roste, ale také počet vydávaných živnostenských oprávnění je na vzestupu. To značí pro Českou republiku to, že podniky, ať už drobné či střední, zažívají dobu rozkvětu. Začínajícím podnikatelům je přáno. Stát nabízí dotace, aby nováčky podpořil, banky nabízejí rádobu výhodné půjčky. Důležité je, že je z čeho vybírat. A co je hlavní – lidé čím dál více poptávají nové služby a výrobky, zajímají je novinky na trhu, které si rádi minimálně vyzkouší.

2.4 Charakteristika podnikání v Evropské unii

Jednou ze základních myšlenek Evropské unie (dále EU) je společný vnitřní trh. Ať už se jedná o malé a střední podniky či o velké, známé a prosperující firmy. Právní prostředí pro podnikání je v EU přehlednější a také důvěryhodnější. Společná měna a s ní i jednotná měnová politika umožní podnikům rozhodovat se za předvídatelných podmínek. Důvěryhodné prostředí bude také přitažlivější pro zahraniční investory. České podniky mají také možnost podnikat, například zakládat pobočky, na území EU za stejných podmínek jako firmy domácí či podniky z jiných států EU.

V České republice existuje Unie malých a středních podniků jako oficiální zástupce českých malých a středních podniků (MSP) při Evropské unii, zejména při Evropském parlamentu. Jejím cílem je společně s českými podnikatelskými sdruženími vytvářet tlak na zlepšení podnikatelských podmínek u českých i evropských veřejných činitelů. Prostřednictvím Unie malých a středních podniků ČR mohou podnikatelská sdružení společně komunikovat s evropskými orgány. V rámci své činnosti se Unie aktivně zasazuje o podporu svobodného podnikání, odstraňování byrokratických překážek bránící hospodářskému rozvoji a ochrany hospodářské soutěže v ČR a Evropské unii.

Unie malých a středních podniků České republiky (SME UNION Czech Republic) byla registrována jako občanské sdružení podle zákona 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů. Registrace byla provedena ministerstvem vnitra České republiky pod č.j. VS/1-1/63 326/06-R dne 24.2.2006. Sdružení je dobrovolným, nevládním a neziskovým sdružením fyzických a právnických osob, které spojuje zájem o zlepšování podnikatelského prostředí, o zvyšování

konkurenceschopnosti českých malých a středních podniků a o prosazování zájmů českých malých a středních podniků v České republice a Evropské unii.

Unie malých a středních podniků je řádným členem Evropské unie malých a středních podniků – SME UNION, ekonomického a podnikatelského sdružení založeného v roce 1996 členy podnikatelských skupin spojených s členskými politickými stranami Evropské lidové strany (EPP). Jeho nejdůležitější úlohou je reformovat právní rámec pro malé a střední podnikatele na území celé Evropské unie a podporovat a reprezentovat zájmy malých a středních podnikatelů, kteří svojí zodpovědností, angažovaností a ochotou snášet rizika jsou motorem evropské ekonomiky a hlavním faktorem při řešení snižování nezaměstnanosti a zabezpečení trvalého hospodářského růstu.

Prioritou Unie je reforma právního rámce pro malé a střední podnikatele v ČR a na území celé EU, zejména odstranění diskriminačních opatření ve volném pohybu osob a poskytování služeb a dále uplatnění plné liberalizace vnitřního trhu Evropské unie při dodržování ochrany hospodářské soutěže. Mimo to malým a středním podnikům poskytuje unie rady a pomoc, pokud se setkají s neoprávněnými zásahy ze strany jiných členských států či institucí Evropské unie. Tyto cíle dosahuje úzkou komunikací s lidmi s rozhodovacími pravomocemi, prezentací potřeb malých a středních podniků a předkládáním komplexních návrhů vedoucích k lepšímu podnikatelskému prostředí v České republice a Evropské unii.

Cíle sdružení v rámci Evropské unie:

- 1) vytváření platformy pro rozvoj spolupráce mezi MSP ČR a evropskými institucemi, zejm. Evropským parlamentem,
- 2) vytváření platformy pro rozvoj spolupráce mezi MSP ČR a MSP v členských státech EU,
- 3) odstranění diskriminačních omezení v oblasti volného pohybu osob a poskytování služeb,
- 4) provádění monitoringu uplatňování principu volného pohybu zboží ve všech státech EU,

- 5) poskytování poradenství a pomoci MSP ČR při neoprávněném postupu orgánů jiných členských států EU nebo institucí EU,
- 6) zavedení úplné liberalizace trhu při současném přísném dodržování pravidel ochrany hospodářské soutěže.

Sdružení se v rámci České republiky snaží o:

- 1) zvyšování konkurenceschopnosti MSP v ČR:
 - zapojení MSP do výzkumu, vývoje a inovací,
 - spolupráci MSP a akademických ústavů,
 - zavádění moderních organizačních, řídicích a marketingových postupů v MSP.
- 2) politiku rovných příležitostí a odstraňování všech forem diskriminace v podnikatelském prostředí,
- 3) posilování spolupráce mezi MSP a velkými společnostmi,
- 4) zavádění e-sluzeb ve veřejném i soukromém sektoru v ČR,
- 5) zlepšování podmínek pro rozvoj malého a středního podnikání v ČR.

Výše uvedených cílů hodlá Unie MSP dosahovat:

- 1) úzkou spoluprací s mezinárodními a českými státními institucemi ovlivňujícími svou činností podnikatelské a obecně ekonomické prostředí v ČR a EU,
- 2) pravidelnou komunikací s veřejnými činiteli, kteří mohou z titulu výkonu své funkce napomoci prosazování výše uvedených cílů v praxi,
- 3) koordinací svých aktivit s jinými, českými i zahraničními, profesními a oborovými sdruženími, asociacemi a společnostmi,
- 4) předkládáním legislativních návrhů směřujících k realizaci výše uvedených cílů,
- 5) důslednou obhajobou zájmů MSP při všech jednáních s třetími stranami.

Podobně jako zaměstnanci, jsou si **podnikatelé - občané Evropské unie - rovni**. Znamená to, že podnikatelé pocházející z jiných členských zemí Evropské unie

nesmí být v žádném případě diskriminováni ve vztahu k podnikatelům, pro které je daná členská země původní vlastí. Tato zásada platí pro podnikatele bez rozdílu časového horizontu jejich podnikání, tedy bez ohledu na to, zda chtějí ve členské zemi EU působit trvale nebo přechodně. Zásada rovnosti také platí bez ohledu na to, zda podnikatel přesune své podnikání do jiné členské země EU úplně, nebo zda založí v jiné zemi EU svou sekundární aktivitu, kterou souběžně vykonává se svými aktivitami ve členské zemi původu. Základním principem podnikání v Evropské unii stojí, je zásada svobody pohybu služeb a svobody poskytovat služby.

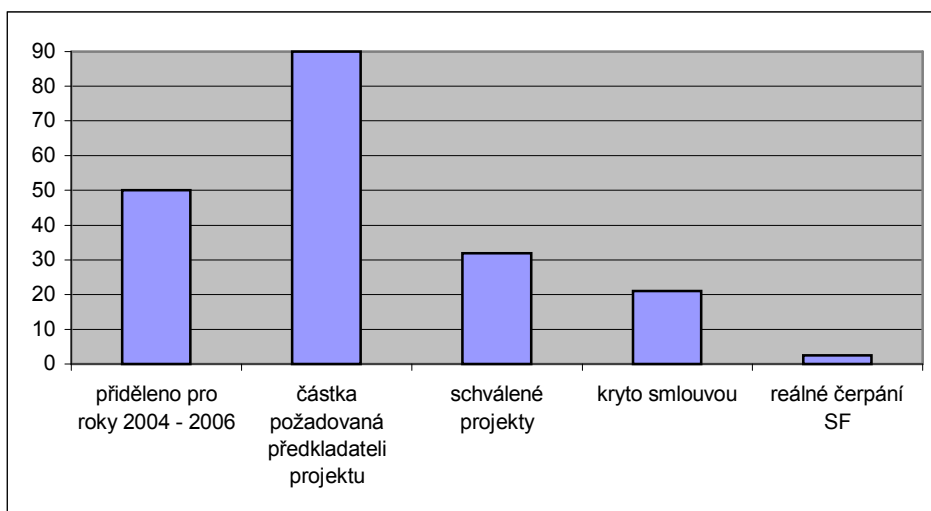
Vedle zaměstnanců zahrnuje volný pohyb osob také podnikatele. V tomto případě hovoříme jednak o podnikání na základě živnostenského oprávnění, a také o zakládání firem v ostatních členských státech EU. Podle evropské legislativy je jakákoli diskriminace na základě občanství zakázána. Znamená to, že občan kteréhokoli členského státu může kdekoli v EU svobodně podnikat nebo zakládat firmu. Přechodné omezení volného pohybu osob se podnikatelů netýká (platí pouze pro pracovníky se závislou činností).

Podnikatelé po vstupu do EU mohou teoreticky čerpat až z 32,2 mld Kč. Příjem dotace je však administrativně velice náročný. Podnikatelé v mnoha případech význam strukturálních fondů přeceňují. **Strukturální fondy** a Fond soudržnosti spadají do politiky hospodářské a sociální soudržnosti Evropské unie, které slouží především k rozvoji zaostávajících či znevýhodněných regionů i celých členských států Evropské unie. Strukturální fondy jsou určeny na podporu regionů, zatímco Fond soudržnosti je určen k financování projektů na úrovni států. Podle rozhodnutí rady EU 2003/430/EC je v období let 2000 – 2006 na politiku hospodářské a sociální soudržnosti určeno 34,17% zdrojů evropského rozpočtu a na období nadcházející, tedy v letech 2007 – 2013, má být vyčleněn podíl 35,67%.

Z celkového objemu peněz bude rozdělena na podpory živnostníkům a firmám pouze část a nutnou podmínkou pro získání dotace je existence kvalitního projektu v souladu s cíli jednotlivých operačních programů. Dá se tedy tvrdit, že operační programy představují nástroj pro další rozvoj především úspěšných a dobře fungujících podniků. Záchrana problémové firmy pomocí strukturálních fondů je naprostou iluzí. I přesto a nebo právě proto mohou české firmy jediné získat. Díky dotacím do projektů

předkládanými obcemi, kraji a dalšími orgány veřejné správy nesporně dojde ke zlepšení podnikatelské infrastruktury a kvality pracovní síly. Podnikatelé mohou získat nové zakázky jako dodavatelé nebo subdodavatelé projektů, na něž získaly dotace veřejné instituce. A konečně, ani objem prostředků, na který si podnikatelé a firmy teoreticky mohou sáhnout není zanedbatelný. Proces získání dotace skýtá od samého počátku mnohá úskalí. Za hlavní lze určitě považovat obrovskou administrativní náročnost, na druhém místě pomyslného žebříčku pak stojí financování celého projektu.

Následující graf zachycuje čerpání strukturálních fondů EU v období květen 2004 – únor 2006.



Graf 1: Přehled čerpání strukturálních fondů EU v období květen 2004 až únor 2006

(uvedené hodnoty jsou v tisících Kč)

zdroj: (17.4. 2007 dostupné z <http://www.strukturalni-fondy.cz/regionalni-politika/fondy-eu-v-cr>)

Česká republika měla od května 2004 do prosince 2006 možnost požádat ze strukturálních fondů EU o zhruba 50,5 mld Kč. Podceňování žadatelé podali do konce února projekty za 91,65 mld Kč – bylo žádáno o 181,6% prostředků, které byly České republice přiděleny pro celé zkrácené programové období. Tato skutečnost je sama o sobě pozitivní – lze předpokládat, že převisem poptávky nad nabídkou vzniká konkurence mezi projekty a tato zvyšuje tlak na výběr nejlepších projektů.

2.5 Charakteristika podnikatelského záměru

Podnikatelský záměr je základním teoretickým východiskem potřebným k naplnění plánované podnikatelské strategie podniku. Záměr slouží zpravidla dvěma účelům. Jednak je to určitý vnitřní dokument, který slouží jako základ vlastního řízení podniku. Značný význam má však externí uplatnění podnikatelského záměru v případě, že podnik hodlá financovat realizaci projektu s využitím cizího kapitálu, případně se uchází o některý druh nenávratné podpory. V tomto případě je totiž třeba přesvědčit poskytovatele kapitálu o výhodnosti a nadějnosti projektu, na jehož financování se tento kapitál použije. Kvalitně zpracovaný podnikatelský záměr může pak významně podpořit získání potřebného kapitálu.

Podnikatelský záměr by měl obsahovat tyto základní části:

- 1) realizační resumé,
- 2) charakteristiku podnikatelského subjektu a jeho cílů,
- 3) organizaci řízení a manažerský tým,
- 4) přehled základních výsledků a závěrů technicko-ekonomické studie,
- 5) shrnutí a závěry,
- 6) přílohy.

Zpracovaný **podnikatelský záměr** by měl splňovat určité **požadavky**, a to:

- být stručný a přehledný,
- být jednoduchý a nezacházet do technických a technologických detailů (tj. má být srozumitelný pro bankéře a investory, což jsou zpravidla osoby bez hlubších technických základů),
- demonstrovat výhody produktu či služby pro uživatele, resp. zákazníka,
- orientovat se na budoucnost, tj. ne na to, čeho již podnik dosáhl, ale na vystižení trendů, zpracování prognóz a jejich využití charakteristice toho, co má být dosaženo,

- být co nejvěrohodnější a realistický (např. otevřené hodnocení konkurence zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského záměru),
- nebýt příliš optimistický z hlediska tržního potenciálu, neboť to snižuje jeho důvěryhodnost v očích poskytovatele kapitálu,
- nebýt však ani příliš pesimistický, neboť při podceňování může být daný projekt pro investora málo atraktivní,
- nezakrývat slabá místa a rizika projektu. Jestliže totiž investor odhalí určité negativní faktory neuvedené v podnikatelském záměru, může to v jeho očích značně oslabit důvěryhodnost projektu – naopak identifikace rizik a existence plánu korekčních opatření demonstruje připravenost manažerského týmu na zvládnutí případných problémů s využitím minulých zkušeností,
- upozornit na konkurenční výhody projektu, silné stránky podnikatelského subjektu a kompetenci manažerského týmu, a to nejen z hlediska nezbytných manažerských a podnikatelských dovedností, ale i schopnosti práce jako efektivního týmu,
- prokázat schopnost podniku hradit úroky a splátky v případě užití bankovního úvěru k financování projektu,
- prokázat, jak může poskytovatel kapitálu formou účasti, rizikového kapitálu aj. získat zpět vynaložený kapitál s patřičným zhodnocením,
- být zpracován kvalitně i po formální stránce.

Závěrem je třeba uvést, že ani vysoká kvalita podnikatelského záměru nezaručuje úspěch projektu, neboť jde stále o rizikový projekt. Kvalita přípravy projektu se však projeví příznivě tím, že:

- 1) zvyšuje naději úspěchu jednotlivých projektů a tím zlepšuje hospodářské výsledky podnikatelského subjektu z dlouhodobého hlediska,
- 2) snižuje podstatně nebezpečí takového neúspěchu projektů, který by ohrozil vážně finanční stabilitu podniku a případně i samou jeho existenci.

Vzhledem k významnému vlivu kvality přípravy projektů a podnikatelského plánování na dosažení prosperity podniků v tržním prostředí je třeba, aby vedení těchto podniků věnovalo zpracování podnikatelských záměrů zaslouženou pozornost. Současně je však třeba upozornit na to, že zpracovaný podnikatelský záměr nebude vzhledem k proměnlivosti podnikatelského okolí platit beze změny delší dobu. Podnikatelský záměr je třeba proto chápat jako stále živý a vyvíjející se dokument, který je třeba neustále adaptovat a upravovat vzhledem k měnícím se podmínkám.

(FOTR J. a SOUČEK I. , 2005)

3 Současný stav odvětví služeb v místě a okolí realizace projektu

Předpokládaný podnikatelský záměr bude realizován v obci Rohatec. **Historie obce** sahá hluboko do minulosti. Podnětem k osídlení bylo zřejmě obchodní spojení Moravy s horními Uhry přechodem přes řeku Moravu, o čemž svědčí místo kde se od pradávna nacházel přívoz "pas rohatecký" vedoucí na slovenský břeh řeky Moravy v místech, kde dnes tvoří řeka státní hranici mezi Českou a Slovenskou republikou. V minulosti byl také místem s častými vpády z Uher, místem krvavých bojů o Rohatec a vstup na Moravu. Někde v těchto místech stávala v dávné minulosti tvrz a odtud se také Rohatec rozvíjel. Začínal místem nazvaným Přívoz v blízkosti řeky Moravy, místo památné četnými bitvami o most, který zde v pozdější minulosti stával. Tudy vedla živá cesta z Hodonína do Strážnice, ale i přístup z Uher (Slovensko). Spolu s místem zvaným Semering, Baráky a dolní částí dnešní ulice Slovácká se vytvořil tvar podkovy otočený k loukám v Dolních u studně. Částí Baráky se pak spojila historická část uličkami s dědinou a dnešní ulicí Slovácká s návší kde stával kostel. Dále se Rohatec rozvíjel podél silnice Hodonín Strážnice ulicemi k železniční trati.

První doložený záznam o obci pochází z druhé poloviny 13. století kdy je uveden mezi svědky na listině krále Přemysla Otakara II z roku 1270 "Tvrdek z Rohatce" psáno (de Rohaz) majitel vsi Rohatec, kterou dostal jako výsluhu již dříve. Osídlení se však pravděpodobně datuje do dob říše velkomoravské o čemž svědčí několik míst s historickými nálezy v obci.

(Elšík V., 2003)

V dnešní době žije v Rohatci asi tři tisíce obyvatel. Vesnice se skládá ze tří částí: Rohatec – obec, Rohatec – Kolonie a Rohatec – Soboňky.

V posledních letech zažívá obec radikální změny. Došlo k rekonstrukci celé budovy obecního úřadu, občané si zvolili po třech volebních obdobích, kdy byl u moci pan starosta Ing. Vladimír Elšík, starostu nového, byl schválen návrh, aby obcí vedla cykloturistická stezka, u řeky Moravy vyrostl nový přístav, kde má obec zakotvenou i svou výletní loď a v neposlední řadě byly zrekonstruovány chodníky v celé vesnici, díky čemuž nabyla obec nejen co do kvality, ale i po estetické stránce.

V obci, i v dalších částech, nalezneme nejružnější druhy služeb a také řadu průmyslových odvětví, jako jsou například:

- zdravotní areál, kde sídlí stomatolog, praktický lékař, neurolog a nabízí zde masérské a rehabilitační služby,
- knihovna,
- bar, restaurace a pivnice,
- letní kino,
- nákupní středisko, domácí pekárna, cukrářství
- výroba nábytku, stolařství,
- kovoobráběčství a zámečnictví,
- pneuservis, autosalon s širokou nabídkou zboží, služeb a možností oprav,
- stavební a opravářské firmy, atd.

Lidé zakládají nejružnější druhy živností, z kterých vznikají malé podniky nebo velké společnosti. Co však obci schází, jsou služby spojené právě s květinářstvím. Proto jsem se zde rozhodla uskutečnit svůj podnikatelský záměr a založit zde podnikatelský subjekt s květinami a dárkovým zbožím.

Okolí obce Rohatec

Květinářství a obchody s dárkovým a dekorativním zbožím vyhledávají obyvatelé nejčastěji v nedalekém městě Hodoníně, které je vzdálené asi pět kilometrů, ale přesto by obyvatelé uvítali, kdyby nemuseli dojíždět pro každou květinu a květinářství se jim stalo snadno dostupným obchodem. V Hodoníně se nachází asi 14 květinářství. Jsou nerovnoměrně rozmístěné v centru města a na velkých sídlištích schází. Mezi nejznámější a nejvyhledávanější květinářství v Hodoníně patří:

- Květinářství Na Hřbitově,
- Prodejna Osivo – Keramika,
- Květinářství U Bobra,

- Květinářství Na Náměstí,
- Květinářství EVA,
- v neposlední řadě květinářství, která se nachází v supermarketech, aj.

Dalším městem, které za tímto účelem lidé navštěvují, je město Strážnice. Je od Rohatce ve vzdálenosti asi 12 kilometrů, ale přesto si tam lidé pro květiny, ať už řezané, či v květináči, dojíždí. Nachází se zde velké zahradnictví, které mimo jiné nabízí i dřeviny a ovocné a okrasné stromky. Je zde velký výběr zboží, což klienty láká nejvíce.

I okolní drobné vesnice nabízí prodej a vazbu květin. Ale to je z nabízených služeb zhruba všechno. Právě díky tomu, že nehodlám svou provozovnu zaměřit jen na květiny, ale také na další drobné dárkové a dekorativní zboží, doufám, že se stane vyhledávanou nejen místními obyvateli, ale také zákazníky z blízkého okolí.

Dostupnost obce Rohatec

Rohatec je dostupný dvěma způsoby. Především se jedná o autobusovou dopravu, která spojuje nejen všechny tři části obce, ale také obec samotnou s dalším okolím. Dále tudy vede železniční trať, která však není tolik využívána jako autobusová.

Samotná prodejna se bude nacházet na velmi frekventovaném a lukrativním místě. Obec mi poskytne pronájem prostor, které se nachází přímo u autobusové zastávky v obci. Denně tudy prochází stovky lidí. Nejen místní obyvatelé, ale také lidé z okolních vesnic. To mi zajistí minimálně zvědavé kolemjdoucí. I když bych si pro svou provozovnu představovala stálou klientelu, která bude spokojená a bude šířit obchodu dobré jméno.

4 Návrh podnikatelského záměru a časový harmonogram jeho realizace

Podnikatelský plán je základním teoretickým východiskem potřebným k naplnění plánované podnikatelské strategie firmy. Přesvědčivý a věrohodný podnikatelský plán se považuje za první krok k podnikatelskému úspěchu, protože dobrý podnikatelský plán neslouží jen jako hlavní nástroj řízení podnikatelských aktivit, ale je také základním dokumentem, který přináší první, velmi důležitý obraz podniku.

Navrhovaný podnikatelský záměr, obchod s květinami a dárkovým zbožím, je propracován v několika následujících částech.

4.1 Časový harmonogram realizace podnikatelského záměru

První myšlenka založit obchod s květinami a dárkovým zbožím vznikla na konci léta loňského roku. Na veřejném zasedání obce se kromě rozpočtu na rok 2007, zákazu vypouštění psů a vývozu odpadů, řešil také problém, že obci tento druh služeb schází. Po delším zamyšlení jsem začala shromažďovat informace, obcházet květinářství v blízkém okolí, zjišťovat ceny a v neposlední řadě podmínky pro založení takové prodejny.

Na podzim roku 2006 byl návrh předložen obci, současně s žádostí o pronájem prostor, které obci patří. Po prvním příslibu, že pronájem pro tento druh služeb obec uvolní, nastala změna a obec návrh zamítla. Vzhledem k tomu, že byl vypracovaný surový materiál pro založení podnikatelského subjektu, nechtěla jsem projekt vzdát k vůli prvnímu nezdaru.

V lednu letošního roku jsem opět podala na obecní úřad žádost o pronájem prostor, kde byla dřív prodejna ovoce a zelenina, a která je nyní nevyužita. Vzhledem k tomu, že jsem byla první zájemce a předložila jsem návrh na konkrétní činnost, obecní zastupitelstvo návrh v březnu oficiálně schválilo a objekt příslibilo. Vše bylo zdokumentováno, aby náhodou nenastala předchozí situace.

Jediný problém, který nastal je ten, že obecní úřad se chystá tyto prostory zrekonstruovat. První možný termín, kdy budou moci být prostory užívány je určen na

říjen roku 2007, odkdy má být také uzavřena nájemní smlouva, platná na pět let s možností prodloužení nájemní doby, také s možností výpovědní lhůty jednoho měsíce. Z toho plyne, že nejdříve možný termín zahájení prodeje připadá tak na říjen až listopad letošního roku. Do té doby musí být vše vyřízeno na úřadech a připraveno k zahájení podnikání.

Pro přehlednost a jasnost byl vytvořen následující přehled, který prezentuje jednotlivé fáze realizace podnikatelského záměru.

Fáze	Charakteristika fáze	Časové období
1. fáze	Vytvoření osnovy pro podnikatelský plán	Léto 2006
2. fáze	Předložení návrhu na zasedání obce Rohatec	Říjen 2006
3. fáze	1. Žádost o pronájem nebytových prostor	Říjen 2006
4. fáze	Zamítnutí žádosti o pronájem	Listopad 2006
5. fáze	2. Žádost o pronájem nebytových prostor	Leden 2007
6. fáze	Schválení žádosti o pronájem	Únor 2007
7. fáze	Jednání na úřadech	Červenec-Srpen 2007
8. fáze	Vybavení provozovny	Říjen 2007
9. fáze	Zahájení podnikání	Listopad 2007

Obrázek 1: Přehled jednotlivých fází při realizaci podnikatelského záměru

zdroj: Vlastní zpracování

4.2 Zahájení podnikání

Obchod s květinami a dárkovým zbožím je živností volnou, ohlašovací. Vzhledem k tomu, že nebude poskytován pouze prodej zboží, ale také vazba květin, je třeba si na živnostenském úřadě zažádat o dva živnostenské listy, a to na dva obory živností:

- 1) Poskytování služeb pro zemědělství a zahradnictví, s vymezením předmětu činnosti:
 - vazba věnců a kytic.
- 2) Specializovaný maloobchod a maloobchod se smíšeným zbožím, s vymezením předmětu činnosti:

- kosmetickým a drogistickým zbožím,
- železářským zbožím, sklem a porcelánovými a keramickými výrobky,
- květinami a zahrádkářskými potřebami,
- se širokým sortimentem zboží.

Prvním krokem je ohlásit živnost na živnostenském úřadě. Na základě ohlášení živnosti je vystaven živnostenský list (dále jen ŽL). Živnost se ohlásí tak, že se na živnostenském úřadě vyplní jednotný registrační formulář, který umožňuje získat ŽL a registrovat se na zdravotní a sociální pojištění, na daň z příjmů fyzických osob a případně provést další potřebné registrace.

Po vyřízení ŽL může začít podnikatel provozovat živnost. K tomu, aby mohl subjekt podnikat je také potřeba založit si běžný účet, zajistit si pronájem, jeho vybavení, dodavatele, reklamu, stanovit si ekonomický plán, kterého je třeba se držet nejen na počátku, ale během celého podnikání.

Podnikatelský subjekt zakládám sama, jako fyzická osoba. V prvních měsících budu mít na starost jak vedení daňové evidence a věci s ní související, organizaci podniku, nákup zboží, platby i celé fungování provozovny. Do budoucna plánuji zaměstnat na hlavní pracovní poměr (dále jen HPP) květinářku, která bude splňovat následující kritéria:

- praxe v oboru „květinářství“,
- základní znalost na PC,
- kladný přístup k práci i k zákazníkům,
- důvěryhodná, ochotná spolupracovat.

Po té, co se o prodej v provozovně bude starat zaměstnankyně, povedu daňovou evidenci, budu se starat o platby, nákup zboží a správný běh celého podniku.

Daňovou evidenci budu zpracovávat na počítači za pomoci programu „Profesionál“. Stejně tak budu v počítači evidovat veškeré zboží a s ním spojený nákup a prodej, pohyby peněz v pokladně i na běžném účtu.

4.3 Charakteristika provozovny

Provozovnou budou pronajaté prostory na lukrativním místě v obci. Nyní prochází budoucí provozovna fázemi rekonstrukce. Bylo potřeba vyměnit okna i dveře, vymalovat a provést drobné opravy. Plně bude k dispozici v říjnu letošního roku.

Prostory, kde nová provozovna vznikne jsou ve zděné budově o celkových rozměrech 71,25 m². Nachází se zde jedna velká místnost, která bude sloužit jako prodejna, o rozměrech 5 x 6 m, za prodejnou je sklad, kde budou regály na zboží a květiny, také zde bude lednice. Dále je v prostorách wc, kuchyňka s pultem a velkou skříní. Je zde také místnost, která poslouží, jako kancelář. Rozestavění i počet místností je téměř ideální.

Místnosti mají tu výhodu, že jsou prosvětleny. Jen v prodejně je pět velkých oken, dále velké dvouokno ve skladu a také jedno malé v kuchyňce. Právě denní světlo je to, co květiny nejvíce potřebují. Prostory odpovídají naprosto přesně mým představám. Důležité je provozovnu správně vybavit.

Vybavení provozovny bude následující.

Ve vstupní chodbě bude dekorace, velká rohož a také nádoba na deštníky, pro případ ošklivého počasí, také odpadkový koš.

Prodejna bude vybavena velkým pultem do tvaru písmene „L“, kde se budou vázat květiny, chystat různé dekorace a připravovat veškeré zboží pro zákazníky. Pod pultem bude úložný prostor na balící papír, koš, na nástroje potřebné k vazbě květin, jako jsou například zahradnické nůžky, nůž, stuhy, špagáty a mašle, dekorace do kytic apod., ale také pro kalkulačku, psací potřeby, sešívačku, špendlíky a paragony.

Dále zde budou tři vitríny na zboží dárkové a dekorativní. Jedna bude s prosklenými dveřmi, kde bude vystavena kosmetika značky Oriflame. Ostatní dvě budou otevřené, zde bude zboží keramické, skleněné, svíčky atp.

V rohu prodejny bude velký nízký pult sestaven ze tří oválů, každý bude v jiné výšce. Zde budou vystaveny květiny v květináčích, květiny řezané v jednotlivých vázách a také kaktusy a bonsaje.

V prodejně bude také teploměr a vlhkoměr, aby bylo prostředí co nejlépe přizpůsobeno rostlinám.

Ve skladu bude velký regál, kde bude prostor pro zásoby zboží a také velká lednice.

Kuchyňka bude vybavena kuchyňským pultem s dřezem, drobným nádobím, rychlovarnou konvicí a mikrovlnou troubou, dále malým stolíkem a židlí a velkou šatní skříní.

V kanceláři bude velký psací stůl, velká židle a dvě židle malé. Také dva regály na šanony s doklady a fakturami, na kancelářské potřeby. Mimo jiné také věšák na oblečení a odpadkový koš.

Dále zde bude instalována výpočetní a komunikační technika (počítačová sestava s multifunkčním zařízením, příslušný software, díky kterému bude zpracovávána daňová evidence a veškeré účetnictví, internetové připojení aj.)

Všechny místnosti budou vybaveny zářivkovým osvětlením, podlaha bude kachlová, v kanceláři bude koberec.

4.4 Sortiment nabízeného zboží

Svým zákazníkům hodlám nabídnout zboží, které zaujme nejen svojí originalitou a netradičností, ale stejně tak sortiment, který je v prodejnách běžně k dostání a zákazníci jej dnes a denně poptávají. Zboží jsem vybírala tak, aby se lišilo od konkurence, ale současně uspokojilo potřeby a přání zákazníků.

Každý druh zboží bude mít v prodejně a stejně tak ve skladě své místo. V prodejně bude zboží uspořádáno a seřazeno podle druhů a postupně doplňováno. Nemám však v úmyslu tvořit příliš velké skladové zásoby.

Následující tabulka nabízí přehled toho, co bude v prodejně k dispozici.

Druh zboží	Podrobný výčet zboží
Květiny	Řezané
	Hrnkové – v květináči
	Kaktusy
	Bonsaje
	Bylinky
	Sušené
Drobné dárkové a dekorativní zboží	Keramické (květináče, vázičky, misky, doplňky...aj.)
	Skleněné (dózy a vázičky, květináče, svícny...aj.)
	Vonné a ozdobné svíčky
	Obrázky
	Dárkové tašky, balící papíry, ozdobné mašle a stuhy atp.
	Zboží značky Oriflame
	Drobné doplňky ze dřeva a keramiky
	Doplňky potřebné k vazbě a dekoraci květin
Zahradnické a doplňkové zboží	Zahradnické nůžky
	Výživa pro rostliny, postřiky
	Substráty pro pokojové i venkovní květiny
	Semena a sazenice
	Ostatní

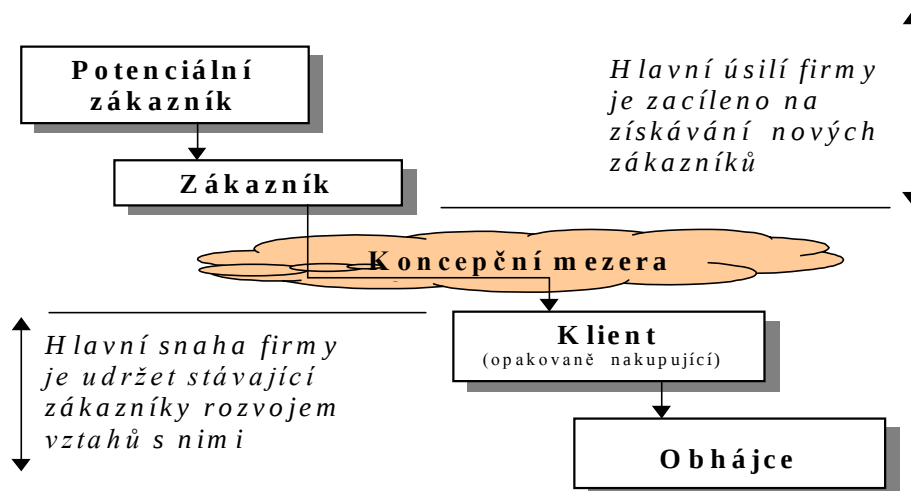
Obrázek 2: Sortiment nabízeného zboží

zdroj: Vlastní zpracování

4.5 Analýza zákazníků

Každý, kdo chce začít podnikat by měl vědět, nejen co chce nabízet, ale také komu. Je zřejmé, že své zákazníky si nemůžeme vybírat, ale můžeme udělat maximum pro to, aby si zákazníci vybrali právě nás.

Zákazníkem rozumíme osobu či domácnost, která nějakou formou zaplatí za zboží či službu a získává s ní spojený užitek. Charakter vztahů mezi zákazníky a poskytovatelem je odlišný než vztahy mezi zákazníky a výrobcí zboží. Zákazník, kterému je poskytována služba, je totiž přímým účastníkem tohoto procesu a stává se často i jejím spoluproducentem. To mnohdy přispívá k vytváření dlouhodobých a loajálních vztahů.



Obrázek 3: Řetěz loajality zákazníků¹⁾

O náročnosti dnešních zákazníků není pochyb. Uspokojit jejich přání a potřeby je nelehký úkol. Právě zákazníci jsou nejlepší odpovědí na otázku, zda obchod funguje tak, jak má. Zákazník není závislý na nás, ale my na něm svým živobytím. Nepředstavuje vyrušování v naší práci, ale je jejím účelem. Prokazuje nám přízeň tím, že nám dává možnost ho obsloužit. Pokud je zákazník spokojený, rád se vrací zpět a často s sebou přivádí nové potenciální zákazníky.

Spokojení zákazníci se projevují zpravidla tím, že:

- projevují tendenci k opakovaným nákupům
- projevují větší sklon k věrnosti
- jsou méně cenově citliví
- rozšiřují svou pozitivní zkušenost s firmou formou doporučení svým známým

1) zdroj: Přednáška Doc., Ing. Vladimíra Chalupského, CSc., MBA odpřednášena dne 27.5. 2006 v předmětu: Základy marketingu

Je důležité si uvědomit, co všechno od nás zákazník očekává. Aby si obchod vytvořil dobrou pověst je velmi důležité poctivé jednání. Lidé neočekávají nutně zvláštní zacházení, chtějí však, aby se s nimi zacházelo stejně dobře jako s ostatními a potřebují mít pocit, že lidé se kterými jednají, jsou důvěryhodní a dodržují své sliby.

Podle autora Doc., Ing. V. Chalupského, CSc., MBA můžeme zákazníky rozdělit do čtyř základních skupin:

1) Milovník reklamy: ví, že reklama svádí k nakupování i nepotřebných věcí, přiznává, že se nechává reklamou ovlivnit, rád vyhledává módní novinky o nákupech rozhoduje spíše spontánně, než aby je předem detailně promýšlel, spontánní nakupování mu však nebrání v tom, aby si všímal ceny a držel své výdaje pod kontrolou.

2) Racionální hospodyně: nejpočetnějším typem zákazníka v ČR. Při výběru a nakupování zboží se snaží kalkulovat jak s cenou, tak kvalitou zboží, při výběru je metodický, nákupy rozhoduje předem, pozorně sleduje nabídku i zboží, které normálně nekupuje, udržuje si přehled o svých výdajích a dává přednost méně častým a větším nákupům ve velkoplošných prodejnách. Častěji než jiné typy zákazníků využívá k nákupům automobil.

3) Spořivý senior: nenáročný zákazník, pro kterého je důležitá především cena zboží. Reklama ho nezajímá a na kvalitu také moc nehledí. Spontánní nakupování si nemůže dovolit. Zboží vybírá podle ceny, pečlivě rozvažuje na co má a na co ne.

4) Solventní aristokrat: představitel zákaznické smetánky, který příliš nehledí na to, kolik peněz utratí za nákupy. Orientuje se na dražší, ale kvalitní zboží, výrazně častěji než jiné typy se orientuje na značkové výrobky. Nákupy moc neplánuje, může si dovolit nakupovat podle momentální nálady a s oblibou si vybírá módní novinky. Sortiment a prostředí prodejny je pro něj důležitější než ceny nabízeného zboží.¹⁾

1) zdroj: Přednáška Doc., Ing. Vladimíra Chalupského, CSc., MBA odpřednášena dne 27.5. 2006 v předmětu: Základy marketingu

Každý typ zákazníka má své světlé i stinné stránky. Skladba obyvatel obce Rohatec se dozajista neliší od jiných a nalezneme zde všechny výše uvedené typy. Doufám, že ať už moji provozovnu navštíví kterýkoli typ zákazníka, nalezne tam při nejmenším to, co hledá.

4.6 Analýza dodavatelů

Základem pro dobře fungující a prosperující podnik je vhodný výběr obchodních partnerů, stejně tak jako vytvoření solventních obchodních vztahů.

Na základě výběrového řízení, které proběhlo tak, že jsem nejdříve navštívila provozovny v nejbližším okolí a po té kontaktovala jejich dodavatele, kteří mi poskytli nabídky svých služeb a zboží, jsem si vybrala několik firem, které se stanou mými dodavateli.

Prioritou se pro mě při výběru dodavatelů staly nejen nabídky výhodných cen, jejich dobrá pověst a ochota spolupracovat, ale také velký výběr zboží, o kterém si troufám tvrdit, že zákazníky skutečně zaujme svojí originalitou a třeba i netradičností. Také jsem se zaměřila na to, aby mí dodavatelé byli z nejbližšího okolí a stali se pro mne snadno dostupnými. Nakonec jsem si vybrala pro svoji provozovnu několik firem, které nabízely atraktivní zboží za přijatelné ceny a rovněž mi poskytly výhodné smluvní podmínky.

Dodavatelé květin

- **FLOR SERVICE**

Kostelec 116, 696 51

Tel./fax +420 518 613 646

Kontaktní osoba: Bc.Vladan Minařík

Firma FLOR SERVICE působí nejen na českém, ale také na evropském trhu již několik let, kde získala mnoho úspěchů a zkušeností. Její prioritou je vysoce kvalitní zboží a spokojení zákazníci. Od této firmy hodlám odebírat květiny sušené, které jsou

dováženy z Indie, Afriky, ale i z několika zemí Evropy a zákazníci zaujmou právě svým původem a netradičním vzhledem a vazbou.

- **Metroflora, s.r.o.**

Milotice 448, 696 05

Tel./fax: +420 518 611 456

Kontaktní osoba: Lubomír Gregorovič

Velkoobchod květin Metroflora, s.r.o. nabízí široký sortiment řezaných a pokojových květin, rozvoz veškerého zboží k zákazníkovi a rychlé služby. Od této firmy budu do své provozovny odebírat nejen květiny, ale také stuhy, mašle a doplňky pro vazbu řezaných květin. Podle mých předpokladů by se měla právě tato firma stát mým největším dodavatelem.

- **Radomír Sochor**

Předměstí 393, 696 62 Strážnice

Tel./fax: +420 518 334 179

Kontaktní osoba: Radomír Sochor

Pan Sochor nabízí především řezané, ale také pokojové květiny a květinové koše pro každou příležitost. Mimo jiné nabízí také bylinky v květináči, o které bych měla ve své provozovně rovněž zájem.

Dodavatelé dárkového, keramického a dekorativního zboží

- **Keramika Smutná**

Revoluční 29, 696 01 Rohatec

Tel. +420 721 825 928

Kontaktní osoba: Lada smutná

Paní Smutná se zabývá především výrobou keramiky. Její zboží je nekomerční a vyrobené dle vlastních návrhů, tudíž z něj číší originalita a netradičnost. Z široké nabídky můžeme vybírat například vázičky a květináče, elegantní doplňky z ozdobné keramiky, dokonce i nádobí, které se bude vyjímat v každé kuchyni. Dále také nabízí umělecké výrobky ze skla a výrobky oplétané drátky. Naše spolupráce nebude spočívat

pouze v odběru zboží, ale hodlám si u ní sama navrhovat výrobky z keramiky, které mi na zakázku do mé provozovny zhotoví.

- **Ing. Magda Hamanová**

Velkomoravská 3535/10, 695 01 Hodonín

Tel. +420 608 631 097

Kontaktní osoba: Ing. Magda Hamanová

Paní Hamanová nabízí netradiční ruční výrobky ze skla. Pro spolupráci jsem se rozhodla hlavně proto, že zboží nemá obvyklý vzhled, na každém výrobku je něco výjimečného, co zákazníka na první pohled zaujme, ať už se jedná o obaly na pokojové kvíty či o vázy na kvíty řezané.

- **Maxi market, s.r.o. (pobočka Hodonín)**

Dolní Valy 267/2, 695 01 Hodonín

Tel. +420 556 701 140

Fax. +420 556 701 143

Kontakt: www.maximarket.cz

Jedná se o provoz velkoobchodu s dárkovým zbožím, keramikou a dokonce i kosmetikou. Velkoobchod nabízí širokou škálu zboží, které je zajímavé, ale bohužel ne natolik, aby moji provozovnu dostatečně oživilo a dodalo jí originalitu a jedinečnost, proto bude pro mou provozovnu sloužit pouze jako zboží doplňkové.

- **Kosmetika ORIFLAME**

Kosmetické studio 405 Hodonín

Tel. +420 518 321 709

Kontaktní osoba: Božena Valentová

Zboží značky ORIFLAME je známé téměř po celé Evropě a podle vysokého počtu klientů velmi oblíbené. Proto jsem se rozhodla některé výrobky této značky nabízet ve své prodejně. Hodlám odebírat především zboží, které poslouží jako dárkové a dekorativní, které též firma produkuje.

4.7 Analýza konkurence

Každý podnik se musí potýkat s celou řadou problémů souvisejících s uchycením na trhu. Stejně tak já budu muset udělat maximum pro to, aby se právě můj obchod na trhu nejen uchytil, ale také stal vyhledávaným a prosperujícím.

Vzhledem k situaci, která v místě realizace mého projektu je, by to nemělo být příliš obtížné. Obyvatelům obce Rohatec květinářství a sortiment tohoto druhu již třetím rokem schází, a proto myslím, že jej s radostí uvítají.

V okolních vesnicích a nedalekém městě Hodonín jistá konkurence hrozí. Hodlám s ní však bojovat nejen v oblasti cen a široké škály nabízeného zboží, ale také kladným a profesionálním přístupem a v neposlední řadě dostupností své provozovny pro místní obyvatele. Protože právě překonání vzdálenosti je pro ně nemalou překážkou.

Ještě před tím, než bude prodejna otevřena, je velmi důležité znát ceny a prostředí konkurence. Nejen proto, abych mohla úspěšně oponovat, ale také z důvodu možné inspirace. Dobře promyšlená strategie nákupu a prodeje je také jeden z nástrojů, jak uspět na trhu.

4.8 Návrh reklamy

Samotné umístění prodejny dodává jistou perspektivu, ale i přesto na začátku svého podnikání hodlám obyvatele nejbližšího okolí upozornit na nově vzniklé květinářství reklamou.

V první řadě je velmi důležité, aby provozovna byla vhodně zviditelněna. Pro tento účel bude sloužit **reklamní tabule** umístěná **nad dveřmi provozovny**. Tato tabule bude bohatě zdobena malovanými obrázky květin a nápisem „Květinářství a obchod s dárkovým zbožím“. Bude plnit nejen funkci reklamy, ale také funkci estetickou. Spoléhám také na to, že lidé, kteří mou provozovnu ať už navštíví, nebo ji budou jen míjet, předají informaci o nově vzniklém květinářství dál, a tím mi zajistí minimálně další zvědavé kolemjdoucí, kteří neodolají a také květinářství navštíví.

Dalším, neméně důležitým krokem, bude **inzerce v místním týdeníku „SLOVÁCKO“**, který vychází v našem regionu každé úterý. Také se chystám **prezentovat** svoji provozovnu **na infokanále obce Rohatec**, který má poměrně vysokou sledovanost. Jak v tisku, tak i v televizi bude zákazníky lákat široký výběr sortimentu, nejrůznější slevové akce, ale také drobné dárky za větší nákupy a množstevní slevy.

V neposlední řadě si nechám navrhnout a vytisknout **vizitky**, které budou zákazníkům k dispozici v mé prodejně, aby mě mohli kdykoliv kontaktovat za účelem objednání kytice, ozdobného věnce nebo třeba dárkového balíčku z široké nabídky zboží.

Do budoucna také uvažuji o reklamě prostřednictvím **internetových stránek**, na kterých budou zákazníkům k dispozici veškeré informace o prodejně, jako například kontaktní adresa a telefonní číslo, otevírací doba, nabídka zboží a služeb, ceník a jiné.

Je velmi důležité, aby reklama, ať už v médiích či formou reklamní tabule na provozovně, byla nejen jasná, výstižná, nepříliš vlezlá a zajímavá, ale hlavně aby upoutala mé potenciální zákazníky natolik, že moji prodejnu při nejmenším navštíví.

4.9 Finanční plán

Sestavení finančního plánu, který promítá podnikatelský záměr do peněžních toků, je završením tvorby podnikatelského plánu. Je spojovacím článkem mezi představami a touhami vlastníka podniku, případně jeho managementem a realitou. Ověřuje reálnost podnikatelského záměru, případně přesvědčuje investora o jeho výnosnosti.

(KORÁB V., PETERKA J., REŽNÁKOVÁ M., 2007)

Finanční plánování přináší do podnikového plánování orientaci na finanční cíle. Ty by měly vyplynout ze strategických záměrů podniku nebo je na příslušné období určí vlastníci.

Finanční plán by měl obsahovat přehled potřeb, ve které by byly zahrnuty všechny potřeby financování podnikatelské činnosti, a přehled zdrojů, z kterých budou potřeby financovány.

Finanční plán by měl tedy zahrnovat:

- A) zakladatelský rozpočet,
- B) finanční zdroje,
- C) ekonomický výhled.

A) Zakladatelský rozpočet

Začátek, ale i úspěch podnikání je podmíněn splněním dvou základních podmínek:

- 1) existence produktu, o nějž mají zákazníci zájem a přinese požadované zhodnocení kapitálu,
- 2) disponibilní finanční zdroje pro realizaci záměru.

Nestačí splnění jen jedné z těchto podmínek. Jsou – li k dispozici peníze, ale chybí zákazníci, podnikání nepřinese výnos. Má – li podnik zákazníky, ale nemá dostatek finančních zdrojů na realizaci záměru, nemůže svůj záměr vlastními silami zvládnout – k jeho realizaci se musí spojit s investorem, disponujícím finančními zdroji.

Účelem sestavení zakladatelského rozpočtu je minimalizovat riziko neúspěchu podnikání již v samém začátku. Nelze však říct, že sestavení zakladatelského rozpočtu je zárukou úspěchu. Každý rozpočet je formalizovaným vyjádřením očekávání podnikatele a záležití, nakolik realistická jsou tato očekávání. Při jeho sestavování by se měl podnikatel zaměřit na určení:

- předpokládaného objemu prodeje a z toho odvozených tržeb, výnosů, nákladů a zisku,
- velikosti dlouhodobého majetku nutného k zabezpečení předpokládaného objemu prodeje,
- velikosti a struktury oběžného majetku potřebného k zabezpečení plynulosti výroby,

- objemu potřebných zdrojů financování,
- očekávaných příjmů a výdajů, tj. peněžních toků,
- výnosnosti z podnikání, která se realizací záměru dosáhne.

Tímto postupem se kvantifikují celkové výdaje potřebné k realizaci podnikatelského záměru a výnosy, jichž lze realizací záměru dosáhnout. Srovnáním potenciální výnosnosti z realizace podnikatelského záměru s požadovanou výnosností podnikatele je první krok v procesu rozhodování, zda záměr realizovat nebo ne. Pokud očekávaná výnosnost nedosahuje požadavky podnikatele, není vhodné podnikatelský záměr realizovat. Na druhé straně požadavky podnikatelů by měly být reálné a odvozovat se od výnosnosti dosahované na finančním trhu.

(KORÁB V., PETERKA J., REŽŇÁKOVÁ M., 2007)

Úkolem zakladatelského rozpočtu je specifikovat a kvantifikovat finanční prostředky potřebné k zahájení podnikání. Zahájení podnikatelské činnosti můžeme rozdělit do několika stadií – založení podnikatelského subjektu, zahájení podnikatelské činnosti, stabilizace podnikatelské činnosti. Těmto stadiím odpovídá režim financování ze startovního kapitálu a režim běžného financování.

V zakladatelském rozpočtu je třeba specifikovat a vyčíslit jak vkládaný kapitál, tak jednorázové i běžné náklady.

Vkládaný počáteční kapitál činí 280 000,- Kč. Podnik bude mít podnikatelský účet zřízený v České spořitelně a.s., na kterém se budou prováděny veškeré platby.

V následující tabulce je uveden přehled jednorázových i plánovaných běžných nákladů.

Název místnosti, která bude vybavena	Název věcí potřebných k vybavení provozovny	Kolik vybavení stojí - částka v Kč
Prodejna	Pracovní pult	7 500,-
	Vitrína se sklem	3 450,-
	Vitrína otevřená 2x	3 480,-
	Oválný pult na květiny	6 000,-
	Vázy na řezané květiny 15x	1 275,-
	Nástroje potřebné pro vazbu květin	2 000,-
	Teploměr + vlhkoměr	699,-
Sklad	Skladový regál	1 190,-
	Lednice	7 550,-
Kuchyňka	Stůl + židle	1 490,-
	Šatní skříň	2 560,-
	Rychlovarná konvice	599,-
	Mikrovlnná trouba	2 199,-
	Kuchyňské doplňky	1 600,-
Kancelář	Kancelářská židle velká	899,-
	Kancelářská židle malá 2x	896,-
	Psací stůl	3 899,-
	Policový systém	5 499,-
	Kancelářské potřeby	4 500,-
	PC sestava + multifunkční zařízení	28 499,-
	Internetové připojení	4 000,-
	Software Profesionál	7 000,-
	Mobilní telefon	2 500,-
	Kalkulačka 2x	798,-
Ostatní	Koš na odpadky 4x	396,-
	Věšák	440,-
	Různé doplňky + dekorace	3 000,-
CELKEM		103 918,-

Uvedené ceny jsou včetně DPH

Tabulka 2: Kalkulace jednorázových nákladů – vybavení provozovny

zdroj: Vlastní zpracování

Dalšími jednorázovými náklady jsou poplatky za reklamu, poplatky spojené se získáním živnostenského oprávnění, dále peněžní prostředky vynaložené na pořízení vybavení provozovny i na vyřízení potřebných dokladů na úřadech.

Další jednorázové náklady	Částka v Kč
Reklama	7 000,-
Poplatek Živnostenskému úřadu (2x ŽL)	2 000,-
Kolek na výpis z rejstříku trestů	50,-
Náklady vynaložené na cestovné a poštovné	500,-
CELKEM	9 550,-

Uvedené ceny jsou včetně DPH

Tabulka 3: Kalkulace jednorázových nákladů – další jednorázové náklady

zdroj: Vlastní zpracování

Následující tabulka zobrazuje předpokládané běžné (provozní) náklady za každý jeden měsíc v prvním roce podnikání.

Položka	Částka v Kč
Nájemné	5 000,-
Platby: mobilní telefon + internet	1 250,-
Kancelářské potřeby	450,-
Čistící prostředky (úklid)	300,-
Platby: zdravotní, sociální pojištění (cca *)	3 000,-
Poplatky spojené s vedením bankovního účtu v bance(cca)	200,-
Ostatní	1 500,-
CELKEM	11 700,-

Uvedené ceny jsou včetně DPH.

Tabulka 4: Kalkulace provozních nákladů na jeden měsíc

zdroj: Vlastní zpracování

B) Finanční zdroje

Finanční zdroje jsou základním kamenem pro založení nového podniku. Je potřeba mít k dispozici dostatečné množství financí, aby podnik měl z čeho vzniknout. Nestačí jen dobrý nápad a velká dávka elánu. Prioritou je, vědět, kde potřebné peníze vzít.

Projekt, který jsem se rozhodla realizovat, hodlám financovat z vlastních úspor. Nápad o založení obchodu s květinami a dárkovým zbožím jsem zvažovala již delší dobu. Podnikat v tomto odvětví je jistým rizikem, ale co je dnes jisté. Nikdy člověk neví, zda mu budou květiny chybět či naopak je bude vyhazovat, protože zůstanou nevyužité na skladě.

* výše pojistného se stanoví procentní sazbou z vyměřovacího základu zjištěného za rozhodné období.

Proto musí být zvolena taková strategie nákupu a prodeje, aby ztráty byly co nejnižší a zisky naopak co nejvyšší. Toho chci dosáhnout pomocí výhodných cen, které budou uvedeny na trh. Ceny budou pro zákazníky natolik lákavé, že nepojedou nakupovat ke konkurenci, ale současně dostatečně vysoké, aby přinášely podniku zisky. Dále nebudu nakupovat nadbytečné množství zboží, které by dlouho zůstávalo na skladě a po té ztratilo na ceně (např. úhyn květin). V neposlední řadě se budu snažit dohodnout výhodné smluvní podmínky s dodavateli. Přesto však musím pomýšlet i na tu nepříjemnější variantu a se ztrátami počítat. Vzhledem k popsané situaci chci svůj projekt financovat sama. Nevím, jak podnik bude fungovat na začátku, ani jak poběží třeba za rok. Ale vím, že bude náročné uhradit jednorázové, běžné provozní i ostatní nutné náklady. Nechci myslet ještě na splácení půjčky.

V dnešní době nabízí každá banka, každá spořitelna a spousta firem nejrychlejší a samosebou nejvýhodnější půjčky. Dnešní trh je na tyto služby skutečně bohatý. Málokdo si však předem spočítá, že půjčku mnohonásobně přeplatí. Je jasné, že pokud peníze nemáme, tak nezbyvá nic jiného, než si půjčit. Dnes to, ale bohužel, funguje tak, že lidé si půjčují, aby mohli splatit půjčky půjčkami. Přesně téhle situaci se chci při realizaci svého podnikatelského záměru vyhnout.

Jediný cizí zdroj, který hodlám využít, je žádost o dotaci na úřadu práce. Vzhledem k tomu, že vytvářím nové pracovní místo, mám nárok na „*Žádost o příspěvek na společensky účelné pracovní místo zřízené uchazečem o zaměstnání za účelem výkonu samotné výdělečné činnosti*“. Tuto žádost budu podávat na příslušný Úřad práce. V mém případě se jedná o Úřad práce v Hodoníně. K žádosti je potřeba přiložit osnovu podnikatelského záměru a ekonomický výhled, čestné prohlášení o bezúhonnosti. Tyto dokumenty posoudí příslušný orgán úřadu práce a rozhodne, zda je naplánovaný podnik životaschopný. Pokud komise usoudí, že ano, mám šanci dotaci získat.

C) Ekonomický výhled

Vzhledem k tomu, že zakládána živnost je ovlivněna ročními obdobími, stejně tak svátky v roce, byl sestaven ekonomický výhled na jeden rok dopředu, na po sobě

jdoucích 12 po měsících, a to od listopadu roku 2007 do října roku 2008. Výše zmíněné ovlivňující faktory zde byly brány v úvahu.

Každý dodavatel zaručuje jiné nákupní ceny. Některé jsou výhodné méně, jiné více. Podle předběžných úvah byla k nákupním cenám přičtena obchodní marže 65%. Jedná se o průměr vytvořený z předpokládaných nákupních cen.

V následující tabulce je uveden přehled o nákupu a prodeji zboží.

Rok	Měsíc	Nákup zboží	Prodej zboží	Obchodní marže
2007	Listopad	100 000,-	165 000,-	65 000,-
	Prosinec	110 000,-	166 000,-	66 000,-
2008	Leden	55 000,-	88 000,-	33 000,-
	Únor	75 000,-	120 000,-	45 000,-
	Březen	70 000,-	112 000,-	42 000,-
	Duben	65 000,-	104 000,-	39 000,-
	Květen	70 000,-	112 000,-	42 000,-
	Červen	60 000,-	96 000,-	36 000,-
	Červenec	60 000,-	96 000,-	36 000,-
	Srpen	60 000,-	96 000,-	36 000,-
	Září	70 000,-	112 000,-	42 000,-
	Říjen	70 000,-	112 000,-	42 000,-

Uvedené ceny jsou včetně DPH.

Tabulka 5: Ekonomický přehled o nákupu a prodeji zboží od listopadu 2007 do října 2008

zdroj: Vlastní zpracování

Ekonomický výhled nákupu a prodeje je sestaven v tabulce na jeden rok dopředu. Jsou zde uvedena data, která ovlivňuje několik faktorů, které jsou při sestavování brána v úvahu, a to:

- v době zahájení prodeje bude lidi přitahovat hlavně zvědavost a také se v měsíci listopadu slaví svátky všech svatých, lidé nakupují výzdoby na hřbitovy i domů,
- prosinec je měsícem svátků, všichni zdobí interiéry domů, restaurací, hotelů apod. Stejně tak je aktuální venkovní výzdoba. V neposlední řadě lidé nakupují dárky k Vánocům,
- leden je známý měsícem tzv. „útlumu“. Lidé nemají po svátcích peníze, nakupují málo,

- únor je měsícem krátkým, přesto se v něm slaví svátek Sv.Valentýna a květiny se nakupují v hojném počtu, stejně tak drobné dárky,
- v březnu se probouzí jaro, lidé si zdobí domy nejrůznějšími dekoracemi, stejně tak sází květiny na zahrádky a nakupují substráty, semena a sazenice,
- v dubnu se většinou slaví Velikonoce, lidé si opět zdobí domy i interiéry drobnými dekoracemi i květinami. Stejně tak nakupují nejrůznější sazenice i hnojiva, substráty,
- v květnu lidé opět nakupují sazenice a substráty, hnojiva, méně však květiny řezané, protože si pěstují vlastní ve svých zahrádkách,
- měsíce červen, červenec a srpen jsou letními měsíci, lidé jsou na dovolených, koupalištích a prázdninách, nevěnují květinám a dekoracím, dárkům velkou pozornost, pokud se nejedná o příležitosti jako jsou například narozeniny, či různá výročí,
- začátkem podzimu, kterými měsíce září a říjen jsou, lidé věnují pozornost spíše sklizním svých zahrad a polí, ale přesto si zdobí domy podzimními motivy, nakupují drobné dekorace a někdy už i dárky k svátkům.

Předpokládám, že během celého roku zákazníci naláká prodej čerstvých bylinek, netradičních bonsajů, či sušených dekorací. Stejně tak kosmetika Oriflame nabízí výrobky, které člověk využije po celý rok. V neposlední řadě budou v nabídce netradiční, ale praktické doplňky do domácností pro každou příležitost. Ať už do kuchyně (keramické nádobí a misky) nebo jako dekorace do celého interiéru.

Veškeré zboží bude průběžně doplňováno. Nejen řezané květiny by měly zákazníky přilákat.

Další tabulka nabízí přehled o celkovém ekonomickém výhledu podniku v prvním roce podnikání.

Období	Příjem z prodeje zboží	Výdaje		Hospodářský výsledek
		Provozní	Jednorázové	
Počáteční vklad: 280 000,-				
1. měsíc	65 000,-	11 700,-	113 468,-	219 832,-
2. měsíc	66 000,-	11 700,-	0,-	274 132,-
3. měsíc	33 000,-	11 700,-	0,-	295 432,-
4. měsíc	45 000,-	11 700,-	0,-	316 732,-
5. měsíc	42 000,-	11 700,-	0,-	347 032,-
6. měsíc	39 000,-	11 700,-	0,-	374 332,-
7. měsíc	42 000,-	11 700,-	0,-	404 632,-
8. měsíc	36 000,-	11 700,-	0,-	428 932,-
9. měsíc	36 000,-	11 700,-	0,-	453 232,-
10. měsíc	36 000,-	11 700,-	0,-	477 532,-
11. měsíc	42 000,-	11 700,-	0,-	507 832,-
12. měsíc	42 000,-	11 700,-	0,-	538 132,-
Celkem hospodářský výsledek (před zdaněním): 258 132,-				

Uvedené ceny jsou včetně DPH.

Tabulka 6: Ekonomický výhled podniku v prvním roce podnikání

zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky je patrné, že podnik se prokazuje v prvním roce fungování jako životaschopný a díky kladnému hospodářskému výsledku vykazuje zisk. Uvedené částky jsou však pouze předpokládané, nikoli jisté a předem dané. Jedním z důvodů, proč podnik vykazuje zisk za tak krátké časové období, je dostatečně vysoký vkládaný kapitál.

Dalším faktorem, který ziskovost podniku ovlivňuje, jsou poměrně nízké měsíční náklady vynaložené na nájemné a na provoz celého podniku.

4. 10 Analýza silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí

K vyhodnocení silných a slabých stránek plánovaného podnikatelského subjektu je využita SWOT analýza, která má za úkol poukázat na silné a slabé stránky plánovaného projektu, stejně tak na hrozby a příležitosti.

Silné a slabé stránky jsou v podstatě interní faktory, nad kterými má podnikatel určitou kontrolu a které samy o sobě může ovlivňovat. Naopak hrozby a příležitosti jsou externími vlivy, které samy o sobě podnikatel neovlivní, pouze na ně může reagovat.

Jako každý projekt, tak i můj má své světlé a stinné stránky. Neustále si kladu otázky, zda uspěji na trhu, zda můj podnik bude natolik úspěšný, aby se nejen na trhu udržel, ale byl natolik ziskový, že se o něm bude moci říct, že investice byla přinejmenším výhodná.

Pro zhodnocení rizika projektu je důležité vědět, že riziko je neoddělitelnou součástí podnikání. To je spojeno na jedné straně s nadějí na dosažení dobrých hospodářských výsledků, na straně druhé jej však doprovází nebezpečí podnikatelského neúspěchu, vedoucího ke ztrátám, které mohou mít někdy tak závažný rozsah, že výrazně narušují finanční stabilitu podniku a mohou vést až k jeho úpadku. Vznikající podnik je v tržním prostředí ohrožován mnoha hrozbami, ale stejně tak se mu skýtají šance na úspěch.

SWOT analýzu znázorňuje následující tabulka, která je rozdělena do čtyř kvadrantů.

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Žádná konkurence v předmětu podnikání v místě realizace projektu	Konkurence z okolních měst a vesnic
Lukrativní místo provozovny	Možný nedostatek financí díky financování pomocí vlastního kapitálu
Flexibilita podniku	Nízký počet obyvatel v místě realizace projektu
Široký výběr zboží	Nevhodné klimatické podmínky (pro údržbu květin)
Profesionální přístup k vedení podniku	Materiální ztráty – uhynutí květin (řezaných i hrnkových)
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Doplnění o další zboží a také služby	Zhoršení finanční situace, hrozba zkrachování
Svátky, různá výročí, výjimečné akce (svatba, pohřeb, narozeniny... aj.)	Vznik konkurence v místě realizace projektu
Možnost získání velkých a lukrativních zakázek (výzdoba sálů, vil aj.)	Neshody se zákony, konflikty s úřady. Změna hospodářské politiky státu.
Vytvoření stálé klientely (údržba stálé výzdoby objektů např. restaurací, vil aj.)	Rizika přírodních katastrof a havárií (např. lokální záplavy)
Spolupráce se zahradními architekty, realizace projektů zahrad	Vloupání, krádeže, vandalismus... apod.

Obrázek 4: Vyhodnocení silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí podniku

zdroj: Vlastní zpracování

Závěr

Není snadné sestavit podnikatelský plán, podle kterého má vzniknout nový podnik. Každá myšlenka musí být přivedena do konce a měla by dávat smysl. Málokdy je každé přání a každá vize podnikatele bezezbytku naplněna, spíše je neustále usilováno o její dosahování a realizaci, aby mohl vzniknout nový životaschopný podnik.

Cílem mé práce bylo vytvoření takového podnikatelského plánu, podle kterého by mohl vzniknout fungující podnikatelský subjekt generující přiměřený zisk a fungující síť spokojených klientů.

Tento podnikatelský plán byl sestaven za účelem založení právě takového podniku, obchodu s květinami a dárkovým zbožím. Návrh právě tohoto druhu služeb a sortimentu byl sestaven z toho důvodu, že v místě realizace toto odvětví scházelo. Forma podnikání je založení živnosti jednou fyzickou osobou, která projekt financuje pomocí vlastního kapitálu.

Plán se skládá ze dvou hlavních částí. V první části jsou definována teoretická východiska práce, ve druhé je rozebrán současný stav odvětví služeb v místě a okolí realizace projektu a navržen samotný podnikatelský záměr. Teoretické poznatky obsahují potřebné informace, pomocí kterých byl sestaven podnikatelský plán.

Vlastní řešení začíná popisem obecného a oborového okolí nově vznikajícího podnikatelského subjektu. Zde byly vyhodnoceny příznivé podmínky pro založení nového podniku. Samotný návrh začíná základní charakteristikou podnikatelského plánu a časovým harmonogramem realizace projektu. Dále je zde popsáno zahájení podnikání, provozovna a sortiment nabízeného zboží. Byla také provedena analýza zákazníků, dodavatelů, konkurence, SWOT analýza a také návrh reklamy. Stejně tak byl popsán finanční plán i ekonomický výhled podniku.

Analýzou konkurence jsem dospěla k závěru, že konkurence v místě realizace projektu je nulová. Hrozbou je však blízké okolí, a to město Hodonín. Proto se musím snažit, aby právě moje provozovna vynikala a udělala si dobré jméno hned při svém vzniku. Zpočátku hodlám nabízet výše popsané zboží, časem bych však chtěla svůj projekt rozšířit o nabízené služby a to v oblasti zahradní architektury. Do budoucna

plánuji spolupráci se zahradním architektem, který by navrhoval projekty a také se zahradnickou firmou, která by je po té realizovala.

Finanční plán podniku byl sestaven tak, aby počáteční kapitál byl dostačující a pokryl nejen prvotní výdaje firmy. Pevně doufám, že tato plánovaná investice mi přinese úspěch a zisky. Stejně tak se chci při realizaci projektu vyhýbat všem možným překážkám, které by uskutečnění mohly zabránit. Přesto, že byl finanční plán sestaven na základě úvah a dohadů, doufám, že mi pomůže přijít ke zvolenému cíli. Je však nutné věnovat realizaci projektu dostatečnou energii a péči.

Seznam literatury

- 1) ELŠÍK V. aj.. *Rohatec minulost a současnost obce*. Otrokovice: HART press, 2003. 208s. ISBN 80 – 238 – 9846 – 9
- 2) FOTR, J., DĚDINA, J., HRŮZOVÁ, H. *Manažerské rozhodování*. 2. uprav. a rozšíř. vyd. Praha: EKOPRESS, 2000. 231 s. ISBN 80-86119-20-3.
- 3) FOTR J. a SOUČEK I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. 356 s. ISBN 80 – 247 – 0939 – 2
- 4) JÁČ I., RYDVALOVÁ P. a ŽIŽKA M. *Inovace v malém a středním podnikání*. Brno : Computer Press, a.s., 2005. 173 s. ISBN 80 – 251 – 0853 – 8
- 5) KORÁB V., PETERKA J. A REŽŇÁKOVÁ M. *podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, a.s., 2007. 216 s. ISBN 978 – 80 – 251 – 1605 - 0
- 6) MINAŘÍKOVÁ V. a KOPŘIVA J. *Nauka o podnikání*. Brno: CERM, 2004. 87s. ISBN 80 – 214 – 2760 – 4
- 7) PRAŽSKÁ L., JINDRA J. a kol. *Obchodní podnikání*. Praha: Management Press, 2002. 874 s. ISBN 80 – 7261 – 059 - 7
- 8) VEBER J. a SRPOVÁ J. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. 304 s. ISBN 80 – 247 – 1069 – 2
- 9) VEBER, J. a kol. Management. *Základy - prosperita - globalizace*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2000. 700 s. ISBN 80-7261-029-5.
- 10) Zákon č. 455/1991/Sb., o živnostenském podnikání, v platném znění
- 11) Zákon č. 586/1992/Sb., o daních z příjmů, v platném znění
- 12) Zákon č. 235/2004/Sb., o daních z přidané hodnoty, v platném znění
- 13) Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění
- 14) Zákon č. 589/1992 Sb., o pojistném na sociálním zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti, v platném znění
- 15) Zákon č. 592/1992 Sb., o pojistném na všeobecné zdravotní pojištění, v platném znění

- 16) Podnikání v Evropské unii. Euroskop.cz, Vše o evropské unii. Vláda České republiky. /online/ 17.4. 2007 Dostupné z: <http://www.euroskop.cz/clanek-zpravodjstvi>
- 17) Podnikání v evropské unii. BusinessInfo.cz, Oficiální portál pro podnikání a export. Ministerstvo průmyslu a obchodu. /online/ 17.4. 2007 Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/evropska-unie>
- 18) Přehled čerpání Strukturálních fondů. Fondy Evropské unie, Ministerstvo pro místní rozvoj. /online/ 17.4. 2007 Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/fondy-eu-2004-2006>
- 19) Statistické údaje o podnikatelských subjektech. Živnostenský rejstřík. Ministerstvo průmyslu a obchodu. /online/ Dostupné z: <http://www.rzp.cz/statistiky.html>
- 20) Přednáška Doc., Ing. Vladimíra Chalupského, CSc., MBA odpřednášena dne 27.5. 2006 v předmětu: Základy marketingu: Analýza zákazníků

Seznam použitých zkratek

- **ČR** Česká republika
- **DPH** Daň z přidané hodnoty
- **EPP** Evropská lidová strana
- **EU** Evropská unie
- **FO** Fyzická osoba
- **HDP** Hrubý domácí produkt
- **HPP** Hlavní pracovní poměr
- **MSP** Malé a střední podniky
- **MV ČR** Ministerstvo vnitra České republiky
- **PO** Právnícká osoba
- **SF** Strukturální fondy
- **SWOT** Analýza silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí
- **ŽL** Živnostenský list
- **ŽO** Živnostenské oprávnění

Seznam tabulek, grafů a obrázků

Tabulka 1: Statistické údaje o podnikatelských subjektech v ČR v letech 2002 až 2006.....	18
Tabulka 2: Kalkulace jednorázových nákladů – vybavení provozovny.....	45
Tabulka 3: Kalkulace jednorázových nákladů – další jednorázové náklady.....	46
Tabulka 4: Kalkulace provozních nákladů na jeden měsíc.....	46
Tabulka 5: Ekonomický přehled o nákupu a prodeji zboží od listopadu 2007 do října 2008.....	48
Tabulka 6: Ekonomický výhled podniku v prvním roce podnikání.....	50
Graf 1: Přehled čerpání strukturálních fondů EU v období květen 2004 až únor 2006.....	23
Obrázek 1: Přehled jednotlivých fází při realizaci podnikatelského záměru.....	31
Obrázek 2: Sortiment nabízeného zboží.....	35
Obrázek 3: Řetěz loajality zákazníků.....	36
Obrázek 4: Vyhodnocení silných a slabých stránek, hrozeb a příležitostí podniku..	51

Přílohy

Příloha 1: Nájemní smlouva

Příloha 2: Plán provozovny

Nájemní smlouva

pro nebytové prostory uzavřená mezi smluvními stranami

Obec Rohatec, Květná 1, 696 01 Rohatec
(Zastoupená starostou obce: Ing. Miroslavem Králíkem.)
(dále jen „pronajímatel“)

a

Jméno, příjmení: Lenka Kubátová
Trvalé bydliště: U zastávky 433/3, 696 01 Rohatec
Rodné číslo: 855718/4691 č.telefonu : +420 776 160 164
jako nájemce na straně druhé (dále jen „nájemce“)

uzavírají dnešního dne, měsíce a roku podle příslušného platného zákona č.40/1964Sb., Občanského zákoníku ve znění zákonů jej měnících a doplňujících, jakož i především v souladu se zákonem o nájmu a podnájmu nebytových prostor č. 116/1990 Sb., ve znění pozdějších změn a doplňků, tímto mezi sebou nájemní smlouvu

takto:

I.

Předmět smlouvy

Předmětem této smlouvy je pronájem nebytových prostor pronajímatele nájemci.

II.

Předmět a účel nájmu

1. Pronajímatel pronajímá nájemci nebytové prostory o celkové výměře 71,25 m² na adrese: Hodonínská 343/2, 696 01 Rohatec. Dle LV 10001, na katastrálním území 740381 Rohatec.
2. Účelem nájmu je využití výše uvedených prostor pro provozovnu: Květinářství a obchod s dárkovým zbožím.

III.

Nájemné

1. Nájemné činí 5,000,- Kč/měsíc (slovy: pět tisíc korun českých). Tato částka je splatná měsíčně předem a to do pátého dne měsíce předcházejícího měsíci.
2. Pronajímatel je oprávněn jednostranně zvýšit nájemné úměrně k míře inflace publikované Českým statistickým úřadem, s tím, že za základ bude považována výše nájemného ke dni podpisu této smlouvy. Zvýšení nájemného bude nájemci sděleno písemně.

IV. Doba nájmu

1. Nájemní poměr se uzavírá na dobu určitou od 1.10.2007 do 1.10.2012.
2. Pronajímatel a nájemce jsou oprávněni vypovědět tuto smlouvu v souladu s obecně závaznými právními předpisy. Výpovědní lhůta činí 1 měsíc a začíná běžet prvním dnem následujícího měsíce po doručení výpovědi.
3. Tuto nájemní smlouvu lze prodloužit po dohodě obou smluvních stran, písemným dodatkem k této nájemní smlouvě.

V. Všeobecná ustanovení

1. Nájemce prohlašuje, že mu bylo umožněno prohlédnout si pronajímané prostory a je mu tím znám jejich stav.
2. Nájemce je povinen provádět v pronajatých prostorách na své náklady běžnou údržbu.
3. Nájemce je povinen provádět opravy nebytových prostor, jejichž potřeba vznikne zaviněním nájemce
4. Nájemce bere na vědomí, že pro stavební úpravy je nutný předchozí písemný souhlas pronajímatele.

V Rohatci dne:

Pronajímatel:

.....
Obec Rohatec, Květná 1, 696 01 Rohatec
(Zastoupená starostou obce: Ing. Miroslavem Králíkem.)

Nájemce:

.....
Lenka Kubátová
U zastávky 433/3, 696 01 Rohatec
R.Č. 855718/4691
Tel.Č. +420 776 160 164

Plán provozovny

