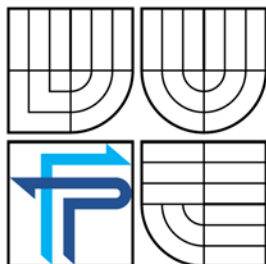


**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**  
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ**  
**ÚSTAV EKONOMIKY**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUT OF ECONOMICS

## **PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR**

BUSINESS PROJECT

## **DIPLOMOVÁ PRÁCE**

MASTER'S THESIS

### **AUTOR PRÁCE**

AUTHOR

**Bc. LUBOMÍR RUJBR**

### **VEDOUcí PRÁCE**

SUPERVISOR

**Ing. PETR MANDELÍK Ph.D.**

BRNO 2008

## **ZADÁNÍ DP**

# LICENČNÍ SMLOUVA POSKYTOVANÁ K VÝKONU PRÁVA UŽÍT ŠKOLNÍ DÍLO

uzavřená mezi smluvními stranami:

## 1. Pan/paní

Jméno a příjmení: Lubomír Rujbr

Bytem: Brněnská 423, Rosice u Brna 665 01

Narozen/a (datum a místo): 6. 2. 1983, Ivančice

(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:

doc. Ing. Alena Kocmanová, Ph.D., ředitelka Ústavu ekonomiky

(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: .....

Vedoucí/ školitel VŠKP: .....

Ústav: .....

Datum obhajoby VŠKP: .....

VŠKP odevzdal autor nabyvateli v \* :

- ☐ tištěné formě – počet exemplářů .....
- ☐ elektronické formě – počet exemplářů .....

---

\* 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**

Moje diplomová práce se zabývá problematikou podnikatelského záměru. Po vymezení základních pojmů, které se týkají této práce, provedu analýzu vnitřního a vnějšího prostředí firmy MMB Consulting, s. r. o. a navrhnu pro ni podnikatelský záměr výstavby rodinných domů v Rosicích u Brna.

## **Annotation**

My diploma thesis is occupy by problems with business project. After determination basic notions which has connection with this thesis I make analysis internal and outer environment of company MMB Consulting, Ltd. and I propose for this company business project building-up family houses in town Rosice u Brna.

## **Klíčová slova**

Podnikatelský záměr, podnik, podnikatel, stavební průmysl, SWOT analýza.

## **Key words**

Business project, company, businessman, building industry, SWOT analysis.

**Bibliografická citace mé práce:**

RUJBR, L. *Podnikatelský záměr*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2008. 80 s. Vedoucí diplomové práce Ing. Petr Mandelík, Ph.D.

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že celá diplomová práce je původní a že jsem ji zpracoval samostatně na základě uvedené literatury a pod vedením svého vedoucího diplomové práce. Dále prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Rosicích, dne 10. ledna 2008

.....  
Podpis

## **Poděkování**

Tímto chci poděkovat panu Ing. Petrovi Mandelíkovi, Ph.D., vedoucímu mé diplomové práce, za cenné připomínky a rady při vypracování diplomové práce.



# OBSAH

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| Úvod.....                                                 | 11        |
| <b>1 Definice cílů diplomové práce .....</b>              | <b>12</b> |
| 1.1 Vymezení problému diplomové práce .....               | 12        |
| 1.2 Cíl diplomové práce .....                             | 12        |
| <b>2 Teoretická východiska .....</b>                      | <b>13</b> |
| 2.1 Podnikatelský plán .....                              | 13        |
| 2.1.1 Funkce podnikatelského plánu .....                  | 13        |
| 2.1.2 Struktura podnikatelského plánu .....               | 15        |
| 2.2 Podnikání.....                                        | 16        |
| 2.3 Podnik.....                                           | 16        |
| 2.3.1 Majetek podniku.....                                | 17        |
| 2.4 Podnikatel.....                                       | 18        |
| 2.5 Zdroje financování podniku .....                      | 19        |
| 2.6 Marketing .....                                       | 19        |
| 2.7 SWOT analýza .....                                    | 23        |
| <b>3 Analytická část.....</b>                             | <b>25</b> |
| 3.1 Analýza obecného okolí firmy.....                     | 25        |
| 3.1.1 Sociální faktory .....                              | 26        |
| 3.1.2 Politické a legislativní faktory.....               | 26        |
| 3.1.3 Ekonomické faktory .....                            | 28        |
| 3.1.4 Technologické faktory.....                          | 30        |
| 3.1.5 Ekologické faktory .....                            | 31        |
| 3.2 Analýza oborového okolí firmy .....                   | 32        |
| 3.2.1 Hrozba vstupu nových konkurentů .....               | 33        |
| 3.2.2 Síla zákazníků firmy MMB Consulting, s. r. o. ....  | 33        |
| 3.2.3 Síla dodavatelů firmy MMB Consulting, s. r. o. .... | 34        |
| 3.2.4 Hrozba substitučních výrobků.....                   | 34        |
| 3.2.5 Analýza konkurence .....                            | 34        |
| 3.3 Analýza vnitřního okolí firmy.....                    | 36        |
| 3.3.1 Vědecko – technický rozvoj .....                    | 36        |
| 3.3.2 Marketing .....                                     | 36        |
| 3.3.3 Faktory výroby a řízení .....                       | 38        |
| 3.3.4 Faktory pracovních zdrojů .....                     | 38        |
| 3.3.5 Faktory finanční a rozpočtové.....                  | 39        |
| 3.3.5.1 Ukazatele likvidity .....                         | 39        |
| 3.3.5.2 Ukazatele zadluženosti .....                      | 40        |
| 3.3.5.3 Ukazatele aktivity .....                          | 41        |
| 3.3.5.4 Ukazatele ziskovosti .....                        | 42        |
| 3.3.6 Analýza vnitřního okolí firmy metodou 7 S.....      | 43        |
| 3.4 SWOT analýza .....                                    | 45        |
| 3.5 Shrnutí analýz.....                                   | 46        |

|          |                                                      |           |
|----------|------------------------------------------------------|-----------|
| <b>4</b> | <b>Návrhy na řešení.....</b>                         | <b>47</b> |
| 4.1      | Charakteristika firmy MMB Consulting, s. r. o. ....  | 47        |
| 4.1.1    | Předmět podnikání firmy.....                         | 49        |
| 4.1.2    | Organizační struktura firmy .....                    | 50        |
| 4.2      | Charakteristika podnikatelského záměru .....         | 51        |
| 4.2.1    | Lokalita.....                                        | 52        |
| 4.2.2    | Základní údaje charakterizující stavbu.....          | 53        |
| 4.2.3    | Organizace dotčené výstavbou.....                    | 53        |
| 4.2.4    | Projektová dokumentace pro stavební povolení.....    | 54        |
| 4.2.5    | Harmonogram realizace podnikatelského záměru .....   | 54        |
| 4.3      | Výrobní plán.....                                    | 55        |
| 4.3.1    | Popis řešení komunikace a inženýrských sítí .....    | 55        |
| 4.3.1.1  | Dopravní řešení.....                                 | 55        |
| 4.3.1.2  | Zásobování elektrickou energií.....                  | 56        |
| 4.3.1.3  | Zásobování plynem.....                               | 57        |
| 4.3.1.4  | Zásobování vodou.....                                | 58        |
| 4.3.1.5  | Kanalizace.....                                      | 58        |
| 4.3.2    | Výstavba rodinných domů .....                        | 59        |
| 4.3.3    | Hrubá stavba.....                                    | 59        |
| 4.3.3.1  | Základové konstrukce .....                           | 59        |
| 4.3.3.2  | Hydroizolace.....                                    | 60        |
| 4.3.3.3  | Svislé nosné a nenosné konstrukce.....               | 60        |
| 4.3.3.4  | Stropní konstrukce .....                             | 61        |
| 4.3.3.5  | Krovy a střecha .....                                | 61        |
| 4.3.4    | Dodavatelé.....                                      | 62        |
| 4.3.5    | Popis a charakteristika domů.....                    | 63        |
| 4.3.6    | Vliv stavby na životní prostředí .....               | 66        |
| 4.3.7    | Bezpečnost a ochrana zdraví pracujících .....        | 66        |
| 4.3.8    | Kolaudační rozhodnutí .....                          | 67        |
| 4.4      | Marketingový plán .....                              | 67        |
| 4.5      | Finanční plán .....                                  | 70        |
| 4.5.1    | Index rentability .....                              | 72        |
| <b>5</b> | <b>Vyhodnocení návrhu.....</b>                       | <b>73</b> |
| 5.1      | Náklady na realizaci .....                           | 73        |
| 5.1.1    | Náklady na odkup pozemku.....                        | 73        |
| 5.1.2    | Náklady na výstavbu domů.....                        | 73        |
| 5.1.3    | Náklady na vybudování technické infrastruktury ..... | 74        |
| 5.1.4    | Celkové náklady .....                                | 74        |
| 5.2      | Výnosy .....                                         | 75        |
| 5.2.1    | Výnosy z prodeje stavebních pozemků.....             | 75        |
| 5.2.2    | Výnosy z prodeje domů.....                           | 75        |
| 5.2.3    | Celkové výnosy .....                                 | 75        |
| <b>6</b> | <b>Závěr.....</b>                                    | <b>76</b> |
| <b>7</b> | <b>Seznam použité literatury.....</b>                | <b>77</b> |
|          | Seznam obrázků a tabulek .....                       | 79        |
|          | Seznam příloh .....                                  | 80        |

# ÚVOD

Podnikatelské subjekty, které se pohybují v konkurenčních podmínkách na trhu, nemohou dlouhodobě existovat bez zamýšlených podnikatelských plánů, záměrů a koncepcí. Kvalitně vypracovaný podnikatelský záměr je základem pro rozhodování podnikatelů a investorů kam směřovat budoucí kroky, úsilí a zdroje.

Podstatou mojí diplomové práce je vypracování projektu pro stavební firmu MMB Consulting, s. r. o. Jedná se o **podnikatelský záměr** výstavby rodinných domů v Rosicích u Brna – lokalita Nivky.

Výstavba bude probíhat na parcelách č. 5301 a 5302 katastrálního území města Rosice. Tato lokalita se nachází 20 kilometrů západně od Brna. Konkrétně se bude jednat o odkup pozemků a novostavbu rodinných domů, včetně vybudování technické infrastruktury a komunikace.

Můj investiční záměr vychází především z hodnot zájmového území, které lze maximálně využít pro potřeby kvalitního bydlení. Kromě situování v Rosicích, ve snadno dosažitelné vzdálenosti od Brna, se jedná především o krajinné hodnoty jako je blízkost vzrostlého lesa, tvořícího atraktivní kulisu vybrané lokality a současně přirozenou vazbu zastavěného území na volnou přírodu. Nezanedbatelným kladem zájmových parcel je otevírající se široký výhled přes údolí, což rovněž zvyšuje kladné hodnocení navržené lokality.

Řešené území má těsnou vazbu na zastavěnou část města, ale současně se v jeho blízkosti nenacházejí žádné objekty průmyslové či zemědělské výroby, které by mohly výrazně snižovat komfort bydlení.

Souhrn těchto parametrů vytváří předpoklad vzniku velmi kvalitní obytné skupiny rodinných domů, protože uvedené skutečnosti patří dnes k hlavním kritériím při volbě vhodného stavebního pozemku pro výstavbu rodinných domů.

# **1                    DEFINICE CÍLŮ ŘEŠENÍ**

## **1.1   Vymezení problému diplomové práce**

Moje diplomová práce představuje podnikatelský záměr výstavby rodinných domků pro stavební firmu MMB Consulting, s. r. o. Záměr je zaměřen na budoucí aktivity firmy. Jedná se o výstavbu 25 rodinných domů v pěkné lokalitě mezi Rosicemi a Zastávkou u Brna.

České stavebnictví v současné době stojí na pevných základech, které mu podle všech předpokladů umožní jeho další růst a perspektivní vývoj. Proto si myslím, že mnou zamýšlený podnikatelský plán je realizovatelný.

## **1.2   Cíl diplomové práce**

Hlavním cílem této diplomové práce je zpracování podnikatelského záměru.

Diplomová práce obsahuje následující dílčí cíle :

- shromáždit teoretické informace a poznatky potřebné pro kvalitní zpracování podnikatelského záměru
- provést analýzu současné situace v oboru
- analyzovat konkurenci, zákazníky a dodavatele
- analyzovat příležitosti, hrozby, silné a slabé stránky projektu – SWOT analýza
- definovat poslání podniku, popsat záměr výstavby rodinných domů
- připravit finanční plán nákladů a výnosů

## 2                    **TEORETICKÝ PŘÍSTUP**

### **K PODNIKATELSKÉMU ZÁMĚRU**

#### **2. 1   Podnikatelský plán**

**Podnikatelský plán** je základním dokumentem jak pro podnikatele, tak i pro potencionálního investora, neboť popisuje základní smysl existence firmy – misi, dlouhodobý cíl – vizi a cestu k jeho dosažení – strategii.

Podnikatelský plán by měl podnikateli ukázat, zda-li je perspektivní a má-li smysl se do takového podnikání pouštět. Jsou v něm komplexně shrnuty všechny výsledky plánování, rozhodování a analýz. Rozhoduje hlavní měrou o cestě k budoucímu úspěchu.

Podnikatelský plán konkretizuje záměry podnikatele, je mapou nově vznikajícího nebo již existujícího podniku, díky níž se podnikatel i ostatní zainteresované osoby orientují. Je nutným předpokladem fungování samotného podniku.

"Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější i vnitřní faktory, související se založením i chodem podniku." <sup>1</sup>

##### **2. 1. 1            Funkce podnikatelského plánu**

Funkce podnikatelského plánu lze dělit dle způsobu využití pro interní a externí účely. V případě počátečních plánů je dokumentem, který by měl odhalit reálnosti podnikatelské myšlenky. V rámci již fungujícího podniku slouží jako ústřední řídicí dokument, plánovací a koordinační nástroj mezi jednotlivými podnikovými činnostmi. V interním měřítku slouží jako nástroj kontroly při porovnání dosahovaných výsledků s plánem a dále jako podklad pro rozhodovací proces. Mnohdy bývá část podnikatelského plánu k dispozici zaměstnancům, aby se seznámili se základními cíli podniku a posílila se tak identita pracovníků s podnikem.

---

<sup>1</sup> HISRIC R. D., PETERS M. P., Založení a řízení nového podniku, 1996

Podnikatelský plán **poskytuje** managementu následující **přínosy** :

- získávání potřebných prostředků z analýz (vnějšího i vnitřního prostředí podniku)
- přehledné demonstrování záměrů ve vývoji podniku, předpokladů, na kterých jsou tyto záměry postaveny a možných rizik při jejich dosažení
- předpověď vývoje finančních toků, zjištění potřeby a tvorby finančních prostředků z podnikatelské činnosti
- včasné zjištění možných slabin a rizik ve zvolených záměrech či postupech
- informace zaměstnancům o záměrech podniku do budoucna a utváří podnikovou kulturu

Externí funkce plánu spočívá v přesvědčení okolí podniku o jeho významu. Zvláště důležitou roli hraje při získávání počátečních financí (bankovních úvěrů, kapitálu od investorů nebo podpůrných prostředků z různých státních fondů či fondů EU). Preciznost a kvalita zpracování plánu významně podporuje získání potřebných prostředků pro jeho realizaci. Právě podnikatelský plán přináší poskytovatelům kapitálu první, velmi důležitý obraz vznikajícího podniku a jedná se tedy o jeho vlastní vizitku.

Podnikatelský plán by měl splňovat určité požadavky :

- být **stručný a přehledný** – délka by neměla přesahovat padesát strojových stran
- být **jednoduchý** a nezacházet do technických a technologických detailů
- demonstrovat výhody produktu či služby pro uživatele, respektive zákazníka
- **orientovat se na budoucnost**
- 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 podnikatelský projekt pro investora málo atraktivní
- nezakrývat slabá místa a rizika projektu
- upozornit na konkurenční výhody projektu, silné stránky firmy a koncepci manažerského týmu
- prokázat schopnost firmy platit úroky a splátky v případě užití bankovního úvěru
- zpracovat záměr kvalitně i po formální stránce [3], [5]

## **2. 1. 2        Struktura podnikatelského plánu**

Jaké kapitoly by měl podnikatelský plán přesně obsahovat lze v důsledku rozdílnosti jednotlivých podniků a projektů stanovit jen v nástinu. Neexistuje vzorový plán platný pro všechny podniky. Jednotlivé podnikatelské plány jsou odlišné jako podniky samotné.

Každý plán by měl v úvodu obsahovat stručné shrnutí zamýšlených aktivit, dále popis podnikatelského záměru včetně popisu podniku, organizační struktury, trhu a výroby. Následovat by měla finanční stránka projektu, návrh strategie pro budoucí rozvoj a přílohy. Uvedené členění je pouze doporučením, není závazné. Záleží na zvážení podnikatele jakou strukturu a rozsah zvolí.

### **Obecná struktura podnikatelského plánu :**

- úvodní shrnutí
- charakteristika podniku, jeho cíle
- popis výrobku nebo služby, kterou chce společnost poskytovat
- analytická část – rozbor okolního prostředí, oboru podnikání, vnitřního prostředí, identifikace silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb
- výrobní plán – rozbor všeho, co je nutno zajistit pro výrobu nebo poskytování služby
- marketingový plán – design produktu, cena, propagace a místo prodeje
- finanční plán – identifikace nákladů, příjmů, cash flow

### **Typickými otázkami investorů jsou :**

- Proč bych měl investovat peníze do vašeho projektu?
- Jaký bude výnos investice, kdy a jak?
- V čem spočívá výjimečnost projektu?
- Má projekt růstový multiplikační potenciál?
- Má projekt nějaké jistoty? (patent, segment trhu, technologie, pilotní odběratele atd.)
- Jaké jsou bariéry proti vstupu konkurence, kopírování nebo následování?
- Kde jsou hlavní segmenty a cílové trhy?
- Kde vzniká největší hodnota?
- Kolik peněz je potřeba investovat? Kdy a na jaký účel?

## 2.2 Podnikání

**Legislativně** je u nás podnikání upraveno obchodním zákoníkem, zákon č. 513 / 1991 Sb. Definice **podnikání** : "Podnikáním se rozumí soustavná činnost, prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku." <sup>2</sup>

**Ekonomickým pojetím** podnikání se rozumí zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty.

V **psychologickém pojetí** se na podnikání nahlíží jako na činnost, motivovanou potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, vyzkoušet si něco splnit. Podnikání je z tohoto pohledu prostředek seberealizace, zbavení se závislosti.

Ze **sociologického hlediska** je podnikání prostředkem k vytváření blahobytu pro všechny zainteresované osoby, vytváření pracovních míst a příležitostí.

"Základem podnikání je zákazník, díky kterému současně existuje. On sám dává zaměstnání." <sup>3</sup>

### Všeobecné rysy podnikání :

- cílevědomá činnost
- iniciativní, kreativní přístup
- organizování a řízení transformačních procesů
- praktický přínos, užitek, přidaná hodnota
- převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu

## 2.3 Podnik

Podnikem se rozumí soubor hmotných a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo mají tomuto účelu sloužit. Podnik je věc hromadná. Na jeho právní poměry se použijí ustanovení o věcech v právním smyslu. Tím není dotčena působnost zvláštních právních předpisů, vztahujících se k nemovitým věcem, předmětům průmyslového a jiného duševního vlastnictví, motorovým vozidlům apod., pokud jsou součástí podniku. [19]

---

<sup>2</sup> Obchodní zákoník, zákon č. 513/1991 Sb.

<sup>3</sup> DRUCKER F. P. To nejdůležitější z Druckera v jednom svazku, 2002



**Podniky dělíme na :**

- mikro            do 10 zaměstnanců
- malé            10 – 99 zaměstnanců
- střední        100 – 249 zaměstnanců
- velké           nad 249 zaměstnanců

Podle Evropské unie je definice malých a středních podniků následující :

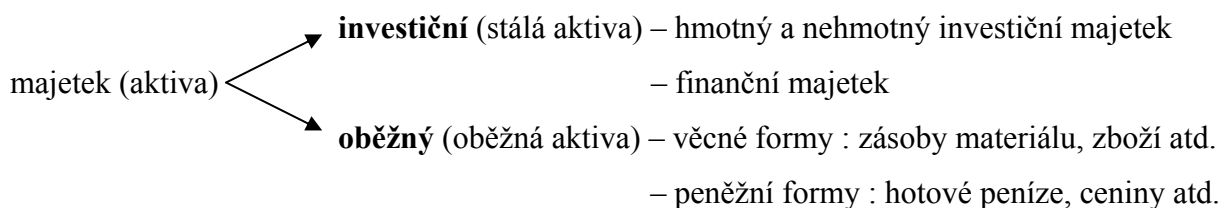
"Malé a střední podniky jsou privátní podniky mimo zemědělský sektor, které zaměstnávají méně než 249 lidí a mají roční obrat menší než 40 mil. EUR nebo celkový kapitál menší než 40 mil. EUR." [9]

### **2. 3. 1        Majetek podniku**

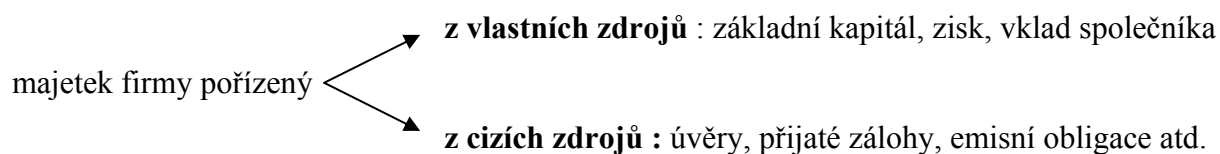
Majetkem podniku rozumíme soubor hmotných, nehmotných a finančních hodnot určených k podnikání. Tvoří jej dvě základní skupiny prostředků, které se liší dobou, po kterou slouží v provozu podniku, než se vrátí do peněžní formy. První skupinou je dlouhodobý neboli investiční majetek, v rozvaze uváděný jako stálá aktiva. Druhou skupinou je oběžný majetek, v rozvaze uváděný jako oběžná aktiva. [12]

Každý podnik musí pro svoji činnost být vybaven určitým majetkem. Majetek podniku má různé formy a složení. Při uskutečňování činnosti podniku tento majetek vykonává koloběh, v jehož průběhu se mění jeho objem a složení. V průběhu koloběhu dochází působením práce pracovníků ke změně v objemu a složení majetku podniku.

**členění majetku podle druhu :**



### **zdroje krytí majetku :**



Přehled o aktivech a pasivech, o majetkové a kapitálové struktuře podniku k určitému datu nám dává bilance. Majetek se v ní dělí dle rychlosti možné přeměny v hotové peníze, tudíž dle likvidnosti majetku. Zásoby patří mezi majetek oběžný a patří k nejvíce likvidnímu majetku podniku.

## **2. 4 Podnikatel**

Podle obchodního zákoníku se podnikatelem rozumí :

- 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 <sup>4</sup>

Definice v obchodním zákoníku ovšem nevypovídá nic o vlastnostech, které by měl podnikatel mít, aby byl jeho podnik úspěšný, aby dokázal zvážit a nést rizika svého podnikání atd.

**Podnikatel** by měl :

- umět nacházet příležitosti, vytyčovat cíle
- zabezpečit finanční prostředky nutné k podnikání
- mít schopnost organizovat podnikatelské aktivity
- umět podstupovat a vyhodnocovat rizika
- mít sebedůvěru, vytrvalost, dlouhodobé nasazení
- měl by se učit ze zkušeností a chyb

---

<sup>4</sup> Obchodní zákoník, zákon č. 513/1991 Sb.

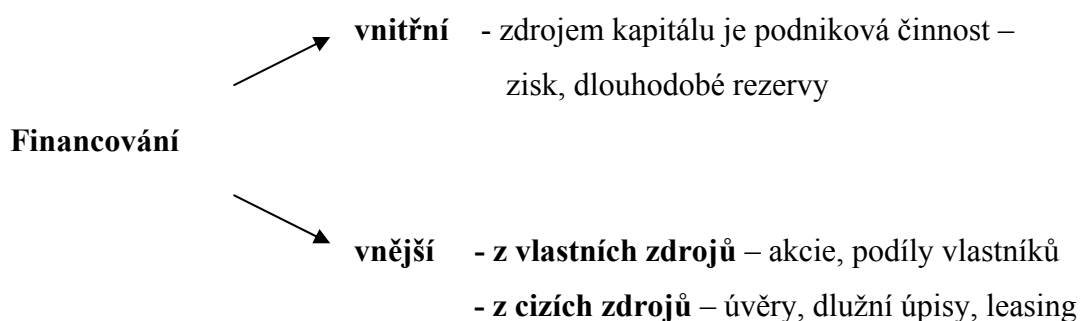
Stát se podnikatelem může kdokoliv, ale stát se úspěšným podnikatelem, k tomu je zapotřebí mít podnikání v krvi. Ne každý je schopen se absolutně angažovat, tvrdě pracovat a odhodlaně bojovat za uskutečnění svého podnikatelského nápadu. Malý a střední podnikatelé se musí vyrovnat s nejistotou. Jsou nuceni se rozhodovat při určitém stupni nejistoty, nemohou jako velké podniky čekat na všechna potřebná fakta.

Podnikatel musí být vnitřně nesmírně ukázněný, musí se podřídit požadavkům, které na něj podnik klade. Podnikatel je hnacím motorem svého podniku, proto musí být neustále k dispozici, často i v době nemoci. Je tudíž nutný jeho dobrý zdravotní stav a to i psychický, neboť je často vystavován řadě stresových situací.

## 2.5 Zdroje financování podniku

Žádný podnik se neobejde bez kapitálu. Potřeba kapitálu je dána zejména oborovým zaměřením podniku a objemem produkce, proto se u každého podniku liší.

Klasifikace zdrojů financování podniku podle původu :

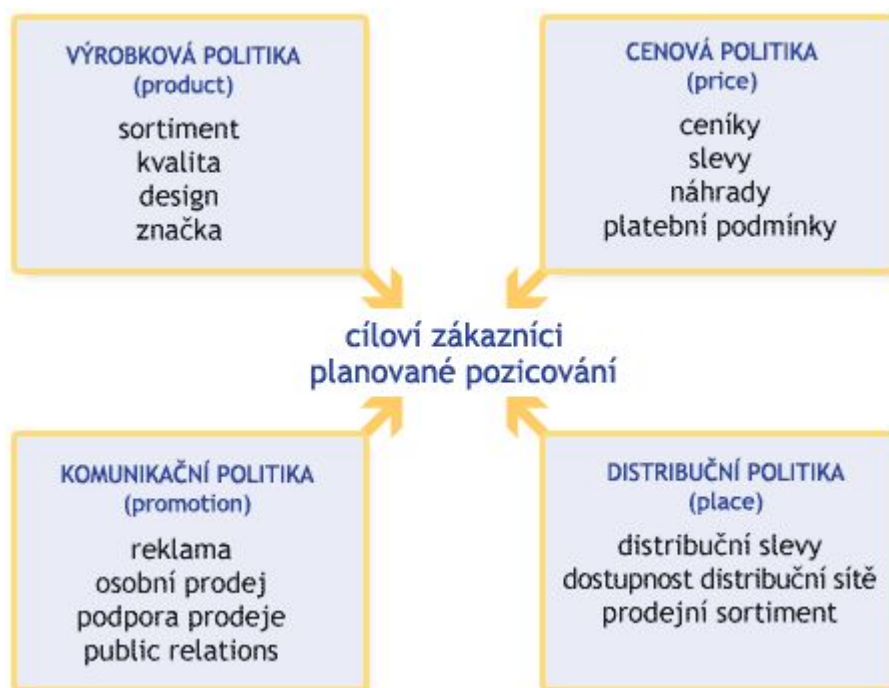


## 2.6 Marketing

Marketing je proces plánování a provádění koncepce, tvorby cen, propagace a rozšiřování myšlenek, zboží a služeb za účelem vyvolání směny, která uspokojí požadavky jednotlivců i organizací. Ke stimulování poptávky slouží celá řada marketingových nástrojů. Provádění strategie firmy se opírá o čtyři základní nástroje marketingu, které jsou v marketingové strategii označovány jako tzv. "čtyři P", marketingový mix.

Definice : "Marketingový mix je soubor taktických marketingových nástrojů – výrobní, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu." <sup>5</sup>

"Podnikání má dvě – a pouze dvě – základní funkce : marketing a inovaci. Marketing a inovace plodí výsledky, vše ostatní jsou náklady." <sup>6</sup>



Obr. 2. 1 Marketingový mix

➤ **Product** – výrobek

Produktem rozumíme hmotný i nehmotný statek, který je předmětem zájmu určité skupiny osob nebo organizací. Produkt označuje nejen samotný výrobek nebo službu, ale také sortiment, kvalitu, design, obal, image výrobce, značku, záruky, služby a další faktory, které z pohledu spotřebitele rozhodují o tom, jak produkt uspokojí jeho očekávání.

➤ **Price** – cena

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

<sup>5</sup> KOTLER P., ARMSTRONG G. Marketing, 2004, str. 105

<sup>6</sup> DRUCKER F. P. To nejdůležitější z Druckera v jednom svazku, 2002

Cena je jedním z rozhodujících prvků marketingového mixu. Je to určitá "oběť", kterou musí zákazník přinést, aby mohl získat výrobek nebo službu. Zaplatí tuto cenu pouze tehdy, pokud je jeho "oběť" menší než užitek, který mu produkt přinese.

Vnímání, poměřování a hodnocení ceny a užitku je věc čistě subjektivní. Čím lépe ale produkt vyhovuje potřebám zákazníka, tím ochotněji za něho zaplatí. Zákazník má vždy právo volby a proto si raději koupí produkt pro něj s nejlepším poměrem ceny a užitku. Cena i cenová politika se tak stávají ústředním prvkem konkurenčního boje.

Cenovou politikou podniku se rozumí všechny rozhodnutí a veškeré aktivity, související s tím, co obdržíte za svůj výrobek nebo službu. Hlavním problémem cenové politiky je stanovení ceny. Cenová politika má výrazný vliv na zisk.

➤ **Place** – místo

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

➤ **Promotion** – propagace

Propagace říká jak se spotřebitelé o produktu dozví – reklama, přímý prodej, public relations, podpora prodeje.

Smyslem propagační činnosti je informovat o produktu, např. o jeho vlastnostech, dostupnosti a ceně a přesvědčit potencionální zákazníky o výhodnosti koupě produktu od inzerující firmy. Cílem stimulování je komunikovat se zákazníkem o výrobku, který mu nabízíme. Proto se také často v souvislosti s touto činností mluví o komunikaci.

**Reklama** je jedním z nástrojů, kterého se využívá k ovlivňování potencionálních zákazníků. Je šířena nejrozličnějšími médii jako jsou hromadné sdělovací prostředky a další média, určená ke zprostředkování toku informací. Reklama je neosobní, placená a úhradu provádí zadavatel. Měla by být v souladu s charakterem produktu, srozumitelná, jednoduchá, efektivní, pravdivá, čestná, důvěryhodná, informativní, etická, adresná, podložená argumenty.

Pro reklamu používáme tato média – internet, časopisy, noviny, televize, rozhlas, rádio, adresáře, odborná periodika, billboardy, letáky, prospekty, plakáty, poutače.

**Public relations** neboli styk s veřejností je nástrojem nepřímé propagace firmy a jejích výrobků a služeb. Publicita, organizovaná firmou, je uskutečňována formou :

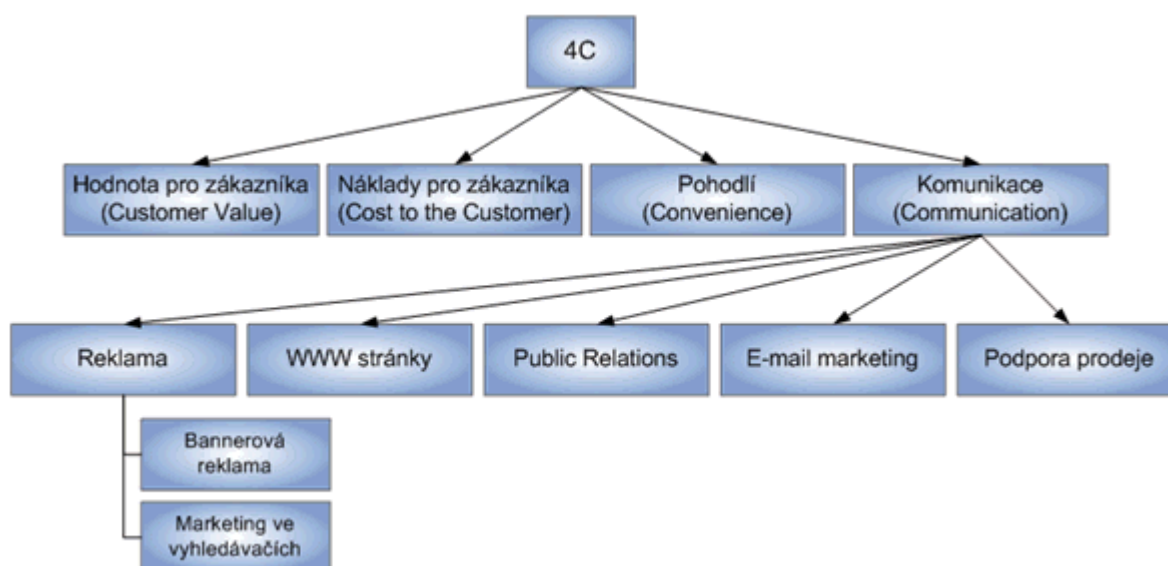
- zpravodajských článků
- tiskových konferencí
- filmových, televizních a obrazových záznamů
- sponzorskou činností firmy
- chováním představitelů a zaměstnanců na veřejnosti

**Public relations mohou ovlivnit povědomí veřejnosti za zlomek nákladů, které je potřeba vynaložit na reklamu.** Přitom mohou být přesvědčivější a mají dlouhodobý účinek.

**Philip Kotler** ve svých publikacích uvádí, že k tomu, aby byl marketingový mix správně používán, nesmíme se na něj dívat z pohledu prodávajícího, ale z hlediska kupujícího.

Marketingový mix potom vypadá následovně :

- z produktu se stane zákaznická hodnota – Customer Value
- z ceny zákaznickovy výdaje – Cost to the Customer
- místo se přemění na zákaznickovo pohodlí – Convenience
- z propagace se stane komunikace se zákazníkem – Communication



**Obr. 2. 2 Marketingový mix z hlediska kupujícího**

## 2. 7 SWOT – analýza

SWOT analýza je jednoduchým nástrojem, zaměřeným na charakteristiku klíčových faktorů, ovlivňujících strategické postavení podniku. Jedná se o komplexní metodu kvalitativního vyhodnocení veškerých relevantních stránek fungování firmy a její současné pozice. Je přístupem nepřetržité konfrontace vnitřních zdrojů a schopností podniku se změnami v jeho okolí. SWOT analýza využívá závěru externích a interních analýz a na jejich základě identifikuje hlavní silné a slabé stránky podniku a významné vlivy z okolí podniku – příležitosti a ohrožení.

Přístup SWOT analýzy rozlišuje dvě charakteristiky vnitřní situace podniku, silné a slabé stránky, které může vedení podniku svou činností ovlivňovat a dvě charakteristiky vnějšího okolí, příležitosti a rizika, které může podnik využít nebo se jich vyvarovat.

Cílem SWOT analýzy je získat strukturovaný pohled na okolí i vnitřní situaci podniku, směřující k předvídání vývojových trendů faktorů vnějšího prostředí a vnitřní situace podniku a jejich vzájemných souvislostí. Závěry této analýzy napomohou k odhalení podstatných faktorů pro formulaci strategie. Následné strategické analýzy musí směřovat k potlačování slabých stránek, musí s předstihem předpovědět možné ohrožení podniku a pro dosažení prosperity podniku musí zhodnocovat její silné stránky a pružně reagovat na objevené příležitosti.

- **S      Strengths** – silné stránky jsou již získané vlastnosti a schopnosti firmy, které pomáhají získávat výhodu oproti konkurenci.
- **W      Weaknesses** – slabé stránky jsou naopak stávající nedostatky firmy, které je třeba odstranit nebo alespoň minimalizovat.
- **O      Opportunities** – příležitosti představují možnosti, vznikající ve vnějším prostředí firmy a podnik by o nich měl být informován a měl by se je pokoušet využívat.
- **T      Threats** – hrozby představují podmínky okolí, které negativně ovlivňují chod firmy. Ta by se jim měla snažit vyhýbat nebo alespoň zmírňovat jejich vliv.

| SWOT<br>analýza            |                              | Analýza vnitřního prostředí                                                      |                                                                                  |
|----------------------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
|                            |                              | Silné stránky (Strengths)                                                        | Slabé stránky (Weaknesses)                                                       |
| Analýza vnějšího prostředí | Příležitosti (Opportunities) | <b>Strategie</b><br>maximalizací silných stránek<br>– maximalizovat příležitosti | <b>Strategie</b><br>minimalizací slabých stránek<br>– maximalizovat příležitosti |
|                            | Hrozby (Threats)             | <b>Strategie</b><br>maximalizací silných stránek<br>– minimalizovat hrozby       | <b>Strategie</b><br>minimalizací slabých stránek<br>– minimalizovat hrozby       |

**Obr. 2. 3 Rozdělení SWOT analýzy**

Analýza SWOT je pro tvůrce strategických plánů užitečná v mnoha směrech :

- poskytuje manažerům logický rámec pro hodnocení současné a budoucí pozice jejich organizace
- může být prováděna periodicky, aby manažery informovala o tom, které interní nebo externí oblasti nabyly nebo naopak ztratily na významu vzhledem k podnikovým činnostem
- vede ke zlepšené výkonnosti organizace

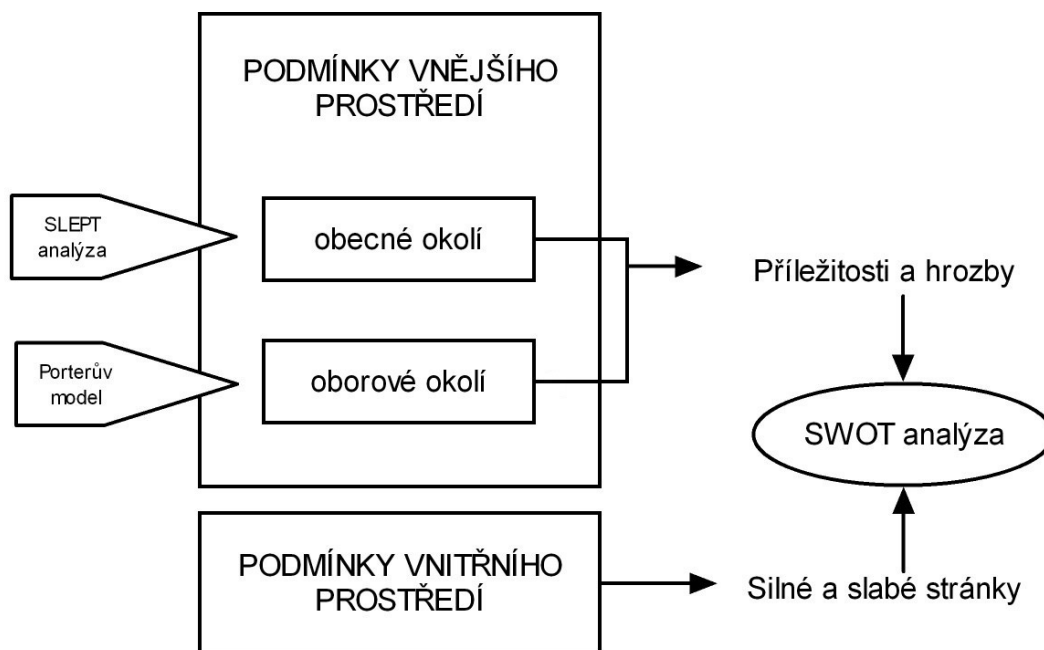
Podnikatelský plán i samotný podnik je navržen a zakládán za účelem úspěšné realizace. SWOT analýza a analýza okolí firmy slouží k určení reálnosti daného plánu, a proto by měla navržená strategie podněcovat k růstu, expanzi a vybudování postavení podniku na daném trhu. Dle mého názoru lze po správně provedených analýzách vyloučit neúspěšné plány. Pro výběr strategie pak můžeme počítat jen s reálnými projekty, pro které je vhodné navrhnout strategii expanze.



### 3

## ANALYTICKÁ ČÁST

V této části diplomové práce se budu zabývat vlivy, které na firmu působí. Rozeberu vlivy vnějšího, oborového a vnitřního prostředí. Poté se zaměřím na SWOT analýzu.



Obr. 3. 1 Soustava situační analýzy

### 3. 1 Analýza obecného okolí firmy

#### Analýza SLEPTE

Tato analýza zahrnuje široký rozbor vlivů okolí na organizaci. Jedná se o tyto vlivy :

- Social factors
- Legislative factors
- Economic factors
- Politocal factors
- Technological factors
- Ekological factors

### 3. 1. 1 Sociální faktory

Dříve se považovalo za standart, že osamělí lidé žili společně z příbuznými. V dnešní době se stále více prosazuje trend žít sám. I to má pozitivní vliv na stavebnictví.

#### Struktura populace

Počet obyvatel v České republice klesá, populace stárne, což má negativní vliv. Vláda je nucena zvyšovat věk odchodu do důchodu, protože nemá dostatek financí na budoucí penze pro důchodce. Nadále poroste počet ekonomicky aktivních starších lidí, což ovlivní věkovou strukturu zaměstnanců a bude mít vliv na řízení podniku. Hlavní příčinou je nízká míra porodnosti a rostoucí počet seniorů vlivem prodlužování střední délky života.

### 3. 1. 2 Politické a legislativní faktory

Z hlediska politické situace lze konstatovat, že Česká republika je v tomto směru stabilní zemí, kde je podnikatelským subjektům zajištěna volná hospodářská soutěž, jistota bezpečnosti realizovaných investic nyní i v budoucnosti. Každý jedinec má právo se svobodně rozhodnout, zda chce začít podnikat.

V oboru stavebnictví se budeme řídit těmito zákony a vyhláškami :

- stavební zákon č. 183/2006 Sb.
- obchodní zákoník č. 513/1991 Sb.
- občanský zákoník
- zákoník práce č. 262/2006 Sb.
- zákon č. 261/2007 Sb., o stabilizaci veřejných rozpočtů

Nejnovější legislativní změna, která se dotýká mého podnikatelského záměru je, že **zákonem č. 261/2007 Sb., o stabilizaci veřejných rozpočtů** je s platností od 1. ledna 2008 novelizován zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty. **Z novely například vyplývá, že snížená sazba daně z přidané hodnoty se zvyšuje na 9 %procent.** Novela dále upravuje uplatňování snížené sazby DPH u stavebních a montážních prací spojených se změnou dokončených staveb a výstavbou tzv. staveb pro sociální bydlení.

Pro účely zákona o DPH se rozumí:

- **bytovým domem** stavba pro bydlení, ve které více než polovina podlahové plochy odpovídá požadavkům na trvalé bydlení a je k tomu účelu určena
- **rodinným domem** stavba pro bydlení, ve které více než polovina podlahové plochy odpovídá požadavkům na trvalé rodinné bydlení a je k tomu účelu určena a v níž jsou nejvýše 3 samostatné byty, nejvýše 2 nadzemní podlaží, 1 podzemní podlaží a podkroví
- **bytem** soubor místností, popřípadě jednotlivá obytná místnost, který svým stavebně technickým uspořádáním a vybavením splňuje požadavky na trvalé bydlení

Z nového ustanovení § 48a vyplývá, že se snížená sazba daně uplatní při poskytnutí stavebních a montážních prací spojených s výstavbou staveb pro sociální bydlení a také při změně dokončené stavby, nebo v souvislosti s opravou těchto staveb, včetně jejich příslušenství.

Podle § 48a jsou byty a rodinné domy pro sociální bydlení vymezeny celkovou podlahovou plochou :

- **bytem pro sociální bydlení** se rozumí byt, pokud jeho celková podlahová plocha nepřesáhne 120 m<sup>2</sup>, přičemž do této celkové podlahové plochy se započítávají plochy místností bytu, včetně místností, které jsou příslušenstvím bytu
- **rodinným domem pro sociální bydlení** se rozumí rodinný dům, pokud jeho celková podlahová plocha nepřesáhne 350 m<sup>2</sup>. Celkovou podlahovou plochou rodinného domu pro sociální bydlení se rozumí součet podlahových ploch všech místností rodinného domu.

Při vyúčtování základu daně po 1. 1. 2008 uplatní plátce pro stavební práce prováděné v rámci výstavby bytu pro sociální bydlení, rodinného domu pro sociální bydlení nebo bytového domu pro sociální bydlení sníženou sazbu daně ve výši 9 %.

Pro stavební práce prováděné v rámci výstavby bytu, rodinného domu nebo bytového domu, které nesplňují vymezení bytů a staveb pro sociální bydlení, se uplatní základní sazba daně 19 %.

## **Stavební zákon č. 183/2006 Sb.**

S účinností od 1. ledna 2007 nabyl účinnosti nový stavební zákon č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu. Jde o právní normu, která oproti staré právní úpravě nastavuje úpravu územního plánování, územního rozhodování a stavebního řádu koncepčně zcela nově.

Smyslem nové právní úpravy je posílit právní jistoty občanů a investorů v řízeních podle stavebního zákona a umožnit obcím a krajům ve vzájemné spolupráci rozhodovat o rozvoji jejich území. K tomu by měly přispět především zcela nové postupy a procesy, které jsou v zákoně upraveny.

Nový stavební zákon zjednodušuje a zrychluje dosavadní povolovací řízení, některé administrativní úkony vypouští nebo snižuje jejich formálnost, zintenzivňuje kontrolu nad prováděním staveb a tím umožňuje jejich bezodkladné užívání. Cílem je i to, aby správní řízení, vedená stavebními úřady, byla využívána jen v odůvodněných případech, a aby se zracionalizoval rozsah nezbytné administrativy.

### **3. 1. 3 Ekonomické faktory**

Na firmu působí pozitivně ekonomická situace státu. Česká republika zažívá celkový hospodářský růst. Současný a budoucí stav ekonomiky ovlivňuje z dlouhodobějšího pohledu i stav ekonomiky firmy. Základním měřítkem hospodářské úspěšnosti země je HDP – hrubý domácí produkt.

#### **Ekonomický růst**

##### **Meziroční růst HDP**

- rok 2004 – růst o 4 %
- rok 2005 – růst o 6 %
- rok 2006 – růst o 6, 1 %
- rok 2007 – předpokládaný růst o 5, 6 %

Podle nejnovějších informací zaznamenal objem stavební výroby v říjnu 2007 nárůst o 3, 5 % oproti říjnu 2006.

Hrubý domácí produkt ve 3. čtvrtletí roku 2007 vzrostl podle předběžného odhadu meziročně reálně o 6 %. Šesti a více procentní meziroční růst si tak ekonomika udržuje již deset čtvrtletí. Po vyloučení sezónnosti a vlivu počtu pracovních dní se ve srovnání se 2. čtvrtletím zvýšil o 1,4 %. <sup>7</sup>

Struktura růstu je z perspektivního pohledu velmi příznivá. Růst je tažen zejména čistým vývozem. Podporují jej i nové exportní kapacity a pokles daňového zatížení právnických osob. Současné přetrvávají efekty plynoucí ze vstupu České republiky do EU. <sup>8</sup>

Podle OKEČ – odvětvové klasifikace ekonomických činností podniká firma v oboru 45 Stavebnictví. Pro zajímavost od 1. 1. 2008 je OKEČ nahrazena Klasifikací ekonomických činností CZ-NACE.

### **Inflace**

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

Míra inflace, vyjádřená přírůstkem průměrného indexu spotřebitelských cen za posledních 12 měsíců proti průměru předchozích 12 měsíců, byla v listopadu 2007 2,5 %. Znehodnocení vnitřní kupní síly české koruny vedlo k tomu, že domácnosti zaplatily více za stejný fyzický objem zboží a služeb. Rizika, která ovlivňují růst inflace, jsou rostoucí mzdy, vysoké ceny ropy, potravin a energií.

### **Míra nezaměstnanosti**

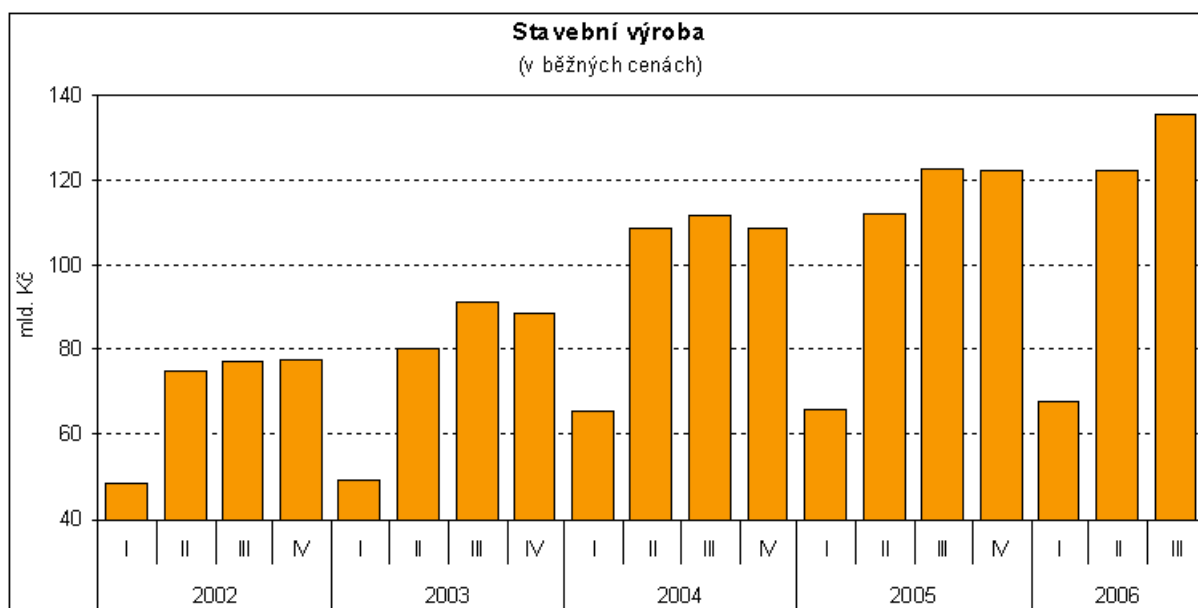
Průměrný počet nezaměstnaných osob se snížil oproti 2. čtvrtletí roku 2007 o 17 900. Počet nezaměstnaných osob dosáhl 266 700, což je nejnižší úroveň od konce roku 1997. V porovnání s 3. čtvrtletím roku 2006 se celkový počet nezaměstnaných snížil o 98 300 a meziročně poklesl o 26,9 %. Převážná část všech nezaměstnaných (71,1 %) jsou osoby se středním vzděláním bez maturity nebo se základním vzděláním. <sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> <http://www.czso.cz>

<sup>8</sup> <http://www.mfer.cz>

<sup>9</sup> <http://www.czso.cz>



**Obr. 3. 2 Graf stavební výroby v letech 2002 – 2006**

Graf zachycuje vývoj stavební výroby v jednotlivých čtvrtletích let 2002 - 2006. Je na něm dobře patrný sezónní a cyklický charakter stavebnictví, neboť v prvním čtvrtletí roku, kam spadají dva nejchladnější měsíce, leden a únor, objem stavebních prací pochopitelně klesá.

Stavební práce stimulují HDP a vytvářejí základ pro možný budoucí ekonomický růst. Nové továrny, silnice, letiště a podobně se totiž po svém dokončení stanou zdrojem dalšího růstu produkce a blahobytu. Stavebnictví je proto též významným indikátorem celkového stavu hospodářství a jeho dalšího vývoje.

### **3. 1. 4 Technologické faktory**

Vývoj a aplikace nových technologií je důležitým základem pro stabilní růst každé firmy v daném odvětví ekonomiky. Souhrn aplikovaných technologií jednotlivými společnostmi pak vytváří technologickou úroveň celého odvětví a spoluurčuje tak jeho další směřování.

Vývoj nových technologických postupů, aplikace moderních stavebních materiálů a rovněž také využívání moderní stavební mechanizace pomáhá jednotlivým společnostem dosahovat kvalitnějších výstupů s nižšími náklady. Díky těmto technologickým inovacím dosahují jednotlivé společnosti rychlejšího růstu, zkrácení termínů dodání a především vyšší spokojenosti zákazníků.

V posledních letech proběhla u nás i ve světě významná informační technologická změna, která zahrnuje všechny činnosti od technologických procesů přes výrobu a logistiku až po marketing. Informační systémy odbourávaly centrální zpracování dat, pomohly zlepšit komunikaci, zkrátily rozhodovací procesy, podpořily větší flexibilitu a efektivnost podniků.

Základem úspěchu každé společnosti, podnikající v jakémkoliv odvětví, jsou přesné, spolehlivé, včasné a využitelné informace. Žádná firma se dnes neobejde bez počítače a připojení k internetu. Práce s informacemi je pro každý podnik životně důležitá. Informace hýbou ekonomikou. Informační systém musí být postaven tak, aby dokázal potřebné informace získat, zpracovat a využít ve prospěch firmy.

Podnik získává informace ze :

- vnitřních zdrojů – řadu informací firmě přináší její zaměstnanci. Spoustu informací firma vytváří povinně v předepsané formě např. statistická hlášení, výroční zprávy, účetnictví firmy, revizní zprávy atd.
- vnějších zdrojů – veškeré informace technické, ekonomické, politické, právní atd., které může firma získat z elektronických médií, tištěných médií, školení, konferencí, veletrhů, od poradenských firem, konkurence, zákazníků atd.

Zdrojů informací je celá řada a jejich počet v čase roste. Lidské schopnosti jsou omezené a řídicí pracovníci si musí brát na pomoc výkonnou techniku, která informace upraví do podoby, ve které ji lidé mohou využít. Pro zpracování informací ve firmě je proto primárním úkolem výběr vhodné výpočetní techniky a jejího softwarového vybavení.

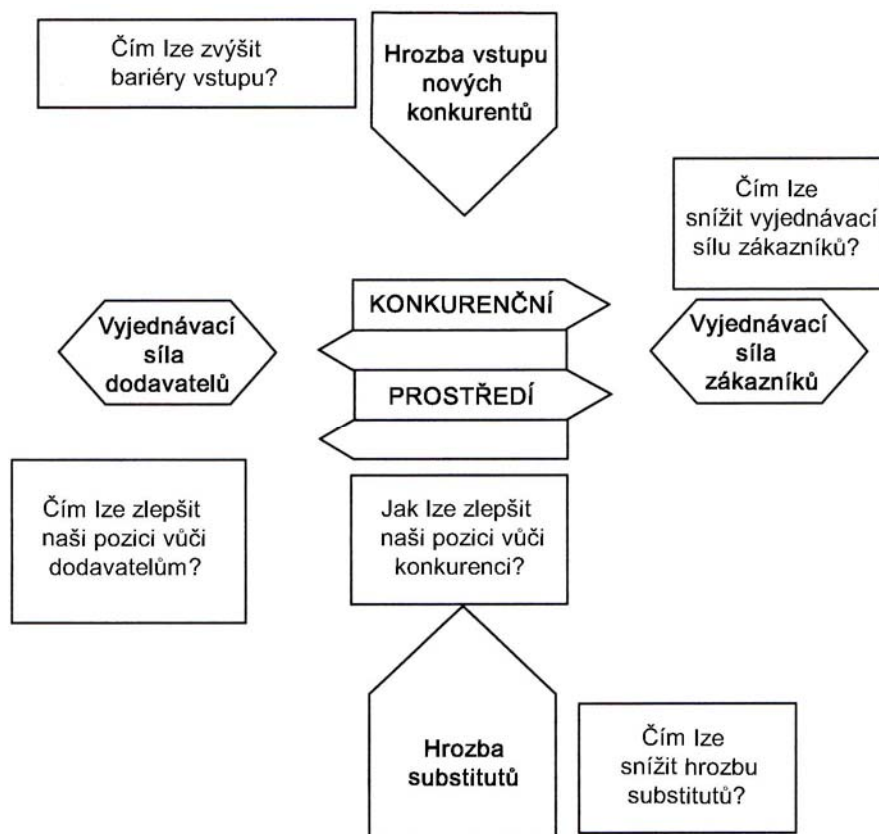
### **3. 1. 5 Ekologické faktory**

V současné době dochází ke změně pohledu na svět. Začínají být v daleko vyšší míře než v minulosti preferována ekologická řešení. Po vstupu ČR do Evropské unie se musíme přizpůsobovat pravidlům a normám ostatních evropských států. Zákazníci kladou důraz na ekologii. Tím vyvíjí tlak na firmu a dochází k ekologizaci výroby a výrobků. Tyto faktory samozřejmě zvyšují náklady na výrobu, ale pokud si chce společnost získat zákazníky, musí brát ohledy na jejich požadavky.

Z hlediska ekologie je nutno řešit nakládání s odpadem. Při stavbě budeme vhodně vybírat materiál, který škodí životnímu prostředí co nejméně. Na stavebnictví mají velký vliv i klimatické podmínky.

### 3.2 Analýza oborového okolí firmy

Cílem je identifikovat síly a faktory, které činí odvětví více či méně atraktivním. Oborové okolí je ovlivňováno především zákazníky, konkurenty a dodavateli. Pro analýzu oborového okolí firmy se používá Porterův pěti-faktorový model konkurenčního prostředí. [11]



**Obr. 3.3 Porterův model konkurenčního prostředí**

Tento model představuje základní faktory, které ovlivňují ziskovost odvětví a působí na firmu. Hrozby představuje silná konkurence a velká rivalita mezi podniky, protože omezuje firmu při zvyšování cen a dosahování vyššího zisku. Dále velká smluvní síla kupujících, která tlačí cenu dolů, či kupující požadující vyšší kvalitu nebo servis. Také velká smluvní síla dodavatelů, kteří mohou zvýšit ceny a podnik musí toto zvýšení zaplatit nebo přistoupit na nižší kvalitu, existence substitučních výrobků a noví konkurenti vstupující do odvětví. Opačné situace představují příležitosti pro firmu.



### **3. 2. 1 Hrozba vstupu nových konkurentů**

**Investiční náročnost** – každá firma, která by chtěla konkurovat firmě MMB Consulting musí počítat s vysokými počátečními náklady, které jsou spojené s výstavbou rodinných domků – koupě pozemků, strojů atd. To platí především o nově vznikajících firmách.

Vstup nových konkurentů nelze vyloučit. Naopak se dá předpokládat, protože stavebnictví se celkově daří dobře a Rosice jsou navíc v současnosti zajímavou a žádanou lokalitou k bydlení. Firmě hrozí vstup nových konkurentů na trh především od brněnských firem, které se mohou rozhodnout začít stavět v Rosicích.

### **3. 2. 2 Vyjednávací síla zákazníků firmy MMB Consulting**

Je potřeba si uvědomit, že zákazníci si mohou vybírat s velkého množství stavebních firem. Je důležité si budovat dobrou pověst, proto firma usiluje o to, aby každý její zákazník o ní mohl podat kladné reference, což může velice pozitivně ovlivnit její budoucí vývoj a rozhodování případných klientů.

Jedním z pravidel firmy je vážit si svých zákazníků. Firma dělá vždy vše proto, aby svým zákazníkům vyhověla a plnila své zakázky v dohodnutých termínech. Tím si chce firma vybudovat dobré jméno, které je podle vedení velmi důležité.

Zákazníci společnosti jsou různorodí. Největší podíl tvoří mladí lidé, kteří se chtějí osamostatnit a touží po svém vlastním bydlení. Zákazníci jsou kompletně informováni o probíhající výstavbě.

Firma poskytuje svým klientům informace a rady a pomáhá jim s vyřizováním úvěrů na financování pozemku, bytu nebo rodinného domu.

### **3. 2. 3 Vyjednávací síla dodavatelů firmy MMB Consulting**

Úspěšné podnikání je z velké části ovlivněno správnou volbou dodavatelské sítě, zejména její velikostí a smluvními obchodními vztahy. Změny v dodavatelském prostředí mohou výrazně ovlivnit chod firmy. Proto dává firma MMB Consulting přednost nákupu vstupů od více dodavatelů, aby tím minimalizovala závislost na svém okolí.

Tím, že firma nakupuje od svých dodavatelů ve větším množství získává výhodnou vyjednávací pozici při domlouvání slev atd. S dodavateli má firma doposud kladné vztahy.

Obranou proti síle dodavatelů je :

- dobře fungující marketingový informační systém především pro oblasti prodeje a nákupů
- dobrý přehled o dodavatelích, jejich cenách, zvyklostech, o dodacích podmínkách atd.
- kalkulace pro výpočty případných nákladů, spojených se změnou dodavatele

### **3. 2. 4 Hrozba substitučních výrobků**

Z hlediska substitučních výrobků není hrozba příliš velká, protože rodinný domek lze nahradit jen bytovým domem. Nahradit lze vybrané materiály pro stavbu. Můžeme ovlivnit výběr materiálů použitých při výstavbě a tím i kvalitu celé stavby.

### **3. 2. 5 Analýza konkurence**

Analýza konkurentů je důležitou částí plánovacího procesu. Firma identifikuje své přímé konkurenty, ale také nepřímé a potencionální konkurenty. Rivalita mezi současnými konkurenty na trhu může být ovlivněna velikostí a počtem konkurentů, stupněm odlišnosti mezi výrobky a službami i úrovní bariér vstupu na trh a odchodu z trhu.

Charakteristika konkurenčních subjektů :

- Holding Invest Group, s. r. o.

Sídlo společnosti : Dornych 54/47, 617 00 Brno

Den vzniku : 18. ledna 2007

Jednatel společnosti : Jiří Kocáb, který je zároveň jediným společníkem firmy.

Firma staví v Rosicích u Brna na ulici Husova bytový dům, který má 20 bytových jednotek. Byty mají být dokončeny v dubnu roku 2008 a všechny jsou již prodané, což svědčí o zájmu o bydlení v Rosicích a to je dobré i pro náš investiční záměr. Na druhou stranu je možné, že se firma bude porozhlížet po dalších lokalitách, kde by mohla případně začít s další výstavbou a může uvažovat i o mnou zvolené lokalitě Nivky.

- Stavoprogres Brno, spol. s r. o.

Sídlo společnosti : Kabátníkova 2, 602 00 Brno

Firma zaměstnává 120 stálých zaměstnanců a 18 techniků. Provádí kompletní práce HSV.<sup>10</sup> Z prací PSV<sup>11</sup> provádí keramické obklady a dlažby, konstrukce tesařské, zámečnické, sádkartonové, malby a nátěry. Ostatní práce PSV a dodávky technologie zajišťuje formou poddodávek u partnerů. Firma dokončila výstavbu 62 bytů v Ivančicích na ulici Sportovní a mám informace, že chce začít stavět i v Rosicích. Mělo by se znovu jednat o domy bytové.

- Solide Invest, s. r. o.

Firma staví rodinné domy v Rosicích u Brna v lokalitě Na Štěpnici.

- 1. Rosická s. r. o.

Firma má v plánu stavět rodinné domy mezi Rosicemi a Tetčicemi. Projekt pro ni zpracovává brněnská firma RGB studio.

V současné době je nepřehledné množství stavebních firem, které realizují stavby rodinných domků. Počínaje velkými stavebními firmami a konče jednotlivými řemeslníky, kteří podnikají na základě živnostenského listu. Stavba rodinného domu je komplikovaná, i když svým rozsahem v porovnání s ostatními druhy staveb, poměrně malá.

Pro získání kladných referencí klade firma MMB Consulting, s. r. o. při samotné stavbě domu hlavní důraz na kvalitu používaných materiálů a dodržení technologických podmínek a postupů předepsaných pro jejich použití.

---

<sup>10</sup> HSV – hlavní stavební výroba – hrubá stavba, inženýrské sítě

<sup>11</sup> PSV – pomocná stavební výroba – jedná se o řemesla, instalace, dokončovací práce, kompletace

### **3. 3 Analýza vnitřního okolí firmy**

Rozbor podmínek vnitřního prostředí hodnotí situaci podniku z vnitřního pohledu. Aby bylo možné identifikovat silné a slabé stránky podniku je nezbytné analyzovat vnitřní faktory.

#### **3. 3. 1 Vědecko – technický rozvoj**

Firma podniká ve stavebním průmyslu, sleduje nové postupy a technologie, kterých se používá při stavbách domů, ať už to jsou stále populárnější nízko-energetické stavby nebo montované domy. Sleduje také nové technologie co se týká materiálů, používaných při stavbě. Technické vybavení většiny dodavatelů patří často k nejnovějším technologiím, což se podepisuje na kvalitě výrobků a dobách dodání.

Ve firmě funguje homebanking, který zjednodušuje a urychluje kontakt s Komerční bankou. Umožňuje posílat příkazy k úhradě přímo ze sídla firmy. Internetové bankovníctví nabízí uživatelům řadu výhod. Vedení společnosti oceňuje rychlost, okamžitou disponibilitu, přesný přehled o stavu účtu, přístup k dalším transakcím a kompletní historii provedených transakcí.

#### **3. 3. 2 Marketing**

Marketing je důležitou součástí propagace firmy. Marketingové nástroje jsou prezentovány pomocí základního prvku marketingu – marketingového mixu. Marketing je základním komunikačním prostředkem se zákazníkem.

Komunikace uvnitř firmy probíhá jednoduchou formou osobního kontaktu, protože intenzita styku všech zaměstnanců je poměrně vysoká. Tento způsob komunikace je považován za nejlepší díky malému množství nedorozumění. Komunikace s okolím firmy (dodavateli, odběrateli, atd.) je uskutečňována telefonicky, faxem nebo e-mailem. Ve stále náročnějším prostředí je potřeba pěstovat dobré vztahy se svými obchodními partnery.

## Veletrhy



Chtěl bych firmě navrhnout, aby měla svůj stánek na výstavišti v Brně, konkrétně na 13. Mezinárodním stavebním veletrhu, který se bude konat 22. – 26. dubna 2008. Vzhledem k nemalým nájmům na takovéto akci, cca 3000 Kč/m<sup>2</sup>, doporučuji skromný stánek.

Stavební veletrhy Brno jsou dle hodnocení Evropské federace stavebního průmyslu jediný stavební veletrh mezinárodního významu ve střední a východní Evropě. V rámci celé Evropy dlouhodobě patří mezi 5 největších veletrhů v oboru.

Jde o prestižní akci světového formátu, které se pravidelně účastní okolo 1500 firem z celého světa. Návštěvnost obvykle atakuje stotisícovou hranici.

Stavební veletrh tvoří 4 části :

- **IBF** – Mezinárodní stavební veletrh – realizace staveb, stavební řemesla a technologie, stavební materiály a výrobky, stavební stroje, konstrukce atd.
- **IBF** – Mezinárodní veletrh technických zařízení budov – nejnovější trendy v oblasti sanitární techniky a interiérů koupelen, vytápěcí techniky, vzduchotechniky a klimatizací
- **ELEKTRO** – osvětlovací technika, elektroinstalace a systémové integrace budov
- **EDEN 3000** – trendy současného bydlení

**Více o marketingu v kapitole 4. 4**

### 3. 3. 3 Faktory výroby a řízení

Firma MMB Consulting, s. r. o. většinu materiálů bere od dodavatelů, takže základem je vybudovaná kvalitní síť obchodních partnerů. Firma investuje do stavebních mechanismů, které jsou potřeba ke stavebním pracím. Ke zjednodušení přehledu práce slouží stavební deník.



Firma je vybavena stavebními mechanismy Komatsu WB 97 S-2 – rypadlonakladač, Komatsu SK 07 J – smykem řízený nakladač, Tatra 815 S3, Avia kontejner, vibrační vál, vibrační pěch Bomag, vibrační deska Bomag, stolová pila na beton Diamatic A-44, řezačka asfaltu, Wap Alto Kompakt 30 CA – vysokotlaké zařízení, které potřebuje ke své práci.

Smykem řízené nakladače Komatsu jsou nabízeny se širokým sortimentem pracovních zařízení včetně speciálních víceúčelových lopat, paletizačních vidlí, podkopy, fréz a řezaček na asfalt.

### 3. 3. 4 Faktory pracovních zdrojů

Firma patří vzhledem k množství prodeje v daném oboru z hlediska velikosti ke středně velkým firmám.

Vedou ji tři jednatelé, kteří rozhodují o všech významnějších problémech, které se vyskytnou. Jsou-li rozhodnutí významná, dělají rozhodnutí společně. Právo jednat za společnost má i každý samostatně, čehož využívají při méně významných rozhodnutích. V případě nepřítomnosti jednoho z jednatelů ho druhý zastupuje a naopak.

Kolektiv firmy je poměrně malý a vztahy na pracovišti relativně dobré. Zaměstnanci mají vyčleněna pracovní i odpočinková místa. Všichni jsou vybaveni adekvátní technikou, která přísluší jejich pozici a charakteru práce. Mzdy zaměstnanců jsou obvyklé a srovnatelné se mzdami zaměstnanců působících na obdobných pozicích u jiných firem. Vedení se snaží zaměstnance motivovat pohyblivou složkou mzdy k lepším výkonům. Většina zaměstnanců firmy jsou kvalifikovaní odborníci.

### 3. 3. 5 Faktory finanční a rozpočtové

Analýzy tohoto druhu jsou velmi rozšířené a opírají se zpravidla o soustavy podílových ukazatelů vycházejících z podnikové rozvahy a výkazu zisků a ztrát.

Pomocí analýzy finančních a rozpočtových faktorů je zhodnocen současný stav firmy z finančních hledisek. Určuje nám zda je strategie rozvoje firmy reálná vzhledem k finančním hlediskům. Analýza finančních faktorů je provedena na základě rozvah z roku 2005 a 2006.

#### 3. 3. 5. 1 Ukazatele likvidity

- Běžná likvidita (Current ratio)
- Rychlá neboli pohotová likvidita (Quick ratio)
- Okamžitá likvidita (Cash ratio)

Ukazatele likvidity jsou využívány jako indikátor schopnosti dostát svým krátkodobým závazkům. Nejčastěji se využívá ukazatel likvidity, který je dán poměrem oběžných prostředků a současných závazků. Ukazatele likvidity se člení podle likvidovosti části oběžných aktiv uvedených ve jmenovateli.

|                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| Běžná likvidita = | oběžná aktiva      |
|                   | krátkodobé závazky |

Běžná likvidita v roce 2005 = 0,57

Běžná likvidita v roce 2006 = 0,75

Ukazatel běžné likvidity, též označovaný jako likvidita 3. stupně, se doporučuje udržovat ve výši 2 – 3. Tato hodnota znamená finančně zdravý podnik. Hodnota menší než 1 je z hlediska finančního zdraví podniku nepřijatelná.

Nížší hodnoty běžné likvidity než by měly být ovlivňuje krátkodobý úvěr od Komerční banky. Jedná se o úvěr na 2 roky, který je v současnosti již splacen. Firma potřebovala peníze na výstavbu bytů v Rosicích.

|                    |                        |
|--------------------|------------------------|
| Rychlá likvidita = | oběžná aktiva – zásoby |
|                    | krátkodobé závazky     |

Rychlá likvidita v roce 2005 = 0,47

Rychlá likvidita v roce 2006 = 0,75

Tento ukazatel, označovaný též jako likvidita 2. stupně, by se měl pohybovat mezi hodnotami 1 – 1,5. Nižší hodnotu než 1 považují banky při žádostech o úvěr za nepřijatelnou. Nízká likvidita indikuje hrozící platební potíže, vysoká zase nevyužívání potenciálu volných prostředků.

|                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| Okamžitá likvidita = | finanční majetek   |
|                      | krátkodobé závazky |

Okamžitá likvidita v roce 2005 = 0,38

Okamžitá likvidita v roce 2006 = 0,40

Doporučená hodnota okamžité likvidity, též označované jako likvidita 1. stupně, je v rozmezí 0,2 – 0,5. Vyšší hodnota se považuje za špatné hospodaření s kapitálem.

Okamžitá likvidita se jako jediná s ukazatelů likvidity pohybuje v pozitivních číslech.

### 3. 3. 5. 2      Ukazatele zadluženosti

Tento ukazatel vyjadřuje procento celkových fondů podniku, financovaných dluhy, tedy půjčkami. Ukazatele zadluženosti udávají vztah mezi cizími zdroji a vlastním kapitálem. Zadluženost není jen negativní charakteristikou firmy. Její růst může přispět k růstu rentability. Zvyšuje ale riziko finanční nestability.

|               |                             |
|---------------|-----------------------------|
| Zadluženost = | celkové závazky, resp.dluhy |
|               | celková aktiva              |

Zadluženost za rok 2005 = 0,86 = 86 %

Zadluženost za rok 2006 = 0,94 = 94 %



Jestliže hodnota tohoto ukazatele přesáhne hodnotu 0,5, tedy 50 % je to považováno za bezpečné pouze u podniků, které podnikají ve stabilních oborech, jinak je to varovný signál svědčící o předluženosti firmy.

Obor, ve kterém firma podniká, je stálý. Zadluženost firmy klesne po prodeji bytů a splacení úvěru. Věřitelé preferují nízký ukazatel zadluženosti. Mezi mírou zadluženosti a platební schopností není žádný přímý vztah.

### 3. 3. 5. 3 Ukazatele aktivity

Pro posouzení efektivnosti využití zdrojů je využíván výpočet obratu aktiv, který charakterizuje efektivnost využití celkových fondů. Měří, jak efektivně podnik hospodaří se svými aktivy Má-li jich více, než je účelné, vznikají mu zbytečné náklady a tím nízký zisk. Má-li jich málo, přichází o tržby, které by mohl získat.

|                         |                |
|-------------------------|----------------|
| Obrat celkových aktiv = | tržby          |
|                         | celková aktiva |

Obrat celkových aktiv za rok 2005 = 4,61

Obrat celkových aktiv za rok 2006 = 1,66

Doporučená hodnota je 1,6 – 3. Pokud je hodnota menší než 1,5 je nutno prověřit možnosti efektivního snížení celkových aktiv.

|                       |              |
|-----------------------|--------------|
| Obrat stálých aktiv = | tržby        |
|                       | stálá aktiva |

Obrat stálých aktiv za rok 2005 = 8,75

Obrat stálých aktiv za rok 2006 = 2,81

Obrat stálých aktiv by měl být vyšší než obrat celkových aktiv.

### 3. 3. 5. 4      Ukazatele ziskovosti

#### **ROI** – Return of Investment

Návratnost investic ROI stanovuje návratnost vložených investic. Ukazatel udává kolik procent provozního hospodářského výsledku před zdaněním podnik dosáhl z jedné koruny investované společníky.

|       |                    |
|-------|--------------------|
| ROI = | zisk před zdaněním |
|       | celkový kapitál    |

ROI v roce 2005 = 4,3 %

ROI v roce 2006 = 3,2 %

Průměrná hodnota ROI u dobře fungujících podniků je v rozmezí mezi 10% a 15%.

#### **ROE** – Return of Equity – Rentabilita vlastního kapitálu

|       |                 |
|-------|-----------------|
| ROE = | čistý zisk      |
|       | vlastní kapitál |

ROE v roce 2005 = 5,14 %

ROE v roce 2006 = 4,62 %

#### **ROA** – Return of Assets – rentabilita aktiv

|       |                |
|-------|----------------|
| ROA = | čistý zisk     |
|       | celková aktiva |

ROA v roce 2005 = 1,32 %

ROA v roce 2006 = 0,27 %

### 3. 3. 6 Analýza vnitřního okolí firmy metodou 7 S

#### S Strategy – Strategie

Strategií firmy MMB Consulting, s. r. o. je úspěšně dokončit bytové domy na ulici Husova v Rosicích a nadále rozvíjet své aktivity v oblasti výstavby bytových a rodinných domů.

#### S Structure – Struktura

Struktura firmy je jednoduchá. Firmu vlastní a ve firmě rozhodují tři jednatele, majitelé a jejich rozhodovací práva jsou na stejné úrovni.

#### S Systems – Systémy řízení

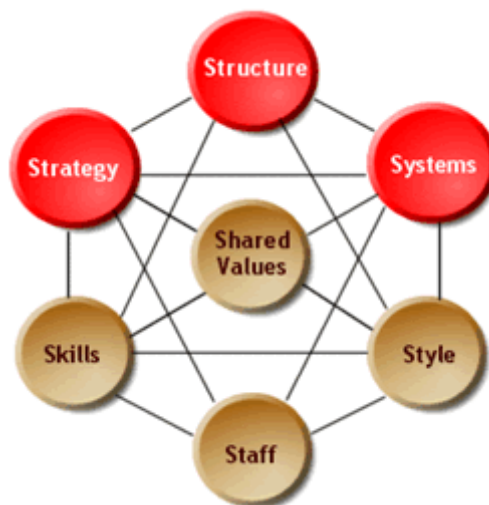
Management firmy využívá převážně systém řízení komunikační, a to na pravidelných poradách firmy. Každý zaměstnanec dostane rozvrh úkolů na další časové období a dostane prostor k vyjádření se, přednesu problému či výtky. Dále jsou vedeny soukromé porady mezi managementem firmy a zaměstnancem, kde se vyhodnocuje výsledek jeho práce za uplynulé období.

#### S Style – Styl manažerské práce

Ve firmě platí jisté organizační předpisy a směrnice, management se svým přístupem snaží tato pravidla dodržovat v praxi. Všichni zaměstnanci firmy mají jistá pravidla, kterými se musí řídit a samostatně vykazovat výsledky své činnosti i problémy, které během výkonu práce vznikly. Nad touto strukturou ještě stojí kontrolní mechanismus firmy, pomocí něhož se pravidelně podklady s výsledky práce zpracovávají.

#### S Staff – Spolupracovníci

Ze strany managementu je nastolena přátelská atmosféra vůči zaměstnancům a ta se poté odráží i v přístupu k práci. Chování zaměstnanců a jejich loajalita vůči firmě se dá ohodnotit velmi kladně. Většina pracovníků má jednu ze složek mzdy pohyblivou dle kvality i kvantity vykonané práce a tím jsou motivováni k lepšímu výkonu. Ve firmě jsou mezi zaměstnanci vynikající vztahy.



Obr. 3. 4 Metoda 7 S

## **S** Skills – Schopnosti

Zdatnost pracovního kolektivu firmy je již na vysoké profesionální úrovni. Kolektiv je schopen pružně reagovat na požadavky trhu a sladit tak svou pracovní činnost ke spokojenosti zákazníka. Po zavedení kontrolního mechanismu již rutinní činnost funguje bez přispívání managementu firmy, který se tím pádem může věnovat mimořádným problémům a rozvoji firmy.

## **S** Shared values – Sdílené hodnoty

Firma si za krátké časové období, po které je na trhu, vybudovala u zákazníků dobré jméno. Kladná vazba právě na jméno firmy je nejen u zákazníků, ale i u dodavatelů nebo třeba zaměstnanců. Hodnota firmy v očích zákazníků roste. Je totiž naplňována mise firmy – kvalitně odvedená práce se seriózním a individuálním přístupem ke každému zákazníkovi.

### **3. 4 SWOT analýza**

#### **Silné stránky – Strenghts**

- růst pozemního stavitelství
- kvalitní pracovní síla – vzdělaný kolektiv, intelektuální zázemí, bezproblémová komunikace, zaměstnanci firmy tvoří dobrý kolektiv a odvádějí velmi dobrou práci
- vysoká odborná úroveň technických znalostí v oblasti podnikání
- dodržování termínů prováděných prací
- uvolnění bariér v rámci EU – pohyb pracovních sil, služeb a kapitálu
- výstavba bytových a rodinných domů se opírá zejména o dynamický vývoj na trhu hypoték a úvěrů ze stavebního spoření a finanční podporou mladým manželům
- firma vlastní veškerou mechanizaci potřebnou ke stavebním pracím
- investice do rozvoje firmy

#### **Slabé stránky – Weaknesses**

- náročnost na kapitál
- pomalý obrat kapitálu
- nepředvídatelné působení klimatických jevů
- vysoká citlivost na stav národního hospodářství
- změny legislativy

#### **Příležitosti – Opportunities**

- hospodářský růst
- vývoj a aplikace nových technologií
- realizace dalších projektů
- možnost vybudovat si dobrou pověst
- vysoká poptávka po bydlení v Rosicích
- lepší přístup k dotacím a podporám z EU

## **Hrozby – Threats**

- nárůst cen vstupů – materiálu, práce
- oslabení růstu stavebnictví
- tvrdší konkurenční boj a posilování postavení mezinárodních společností
- vyšší daňové zatížení – zvýšení sazby DPH

### **3. 5 Shrnutí analýz**

Z analýzy obecného okolí firmy vyplývá, že firma je pozitivně ovlivněna faktory ekonomickými a sociálními, ať už se jedná o celkový hospodářský růst, stálý kurz koruny, zvyšující se kvalifikaci populace a zvyšování produktivity práce. Naopak negativně je ovlivněna faktory politickými a legislativními, například navýšením snížené sazby DPH. Firma se zajímá o vývoj technologie a nové postupy ve stavebnictví i o technologické změny v oblasti informační techniky.

Z analýzy odvětví vyplývá, že firma podniká ve stabilním oboru, který zaznamenává každoročně růst. Firma má kladný vztah z dodavateli. Negativem je konkurence, která je v oboru stavebnictví opravdu vysoká. Výhodné postavení oproti konkurenci a důvěru budoucích zákazníků se firma snaží získat co nejkvalitněji provedenými zakázkami.

Z analýzy vnitřního okolí firmy vyplývá, že pozitivní stránkou firmy jsou její kvalifikovaní pracovníci a to že firma vlastní potřebnou mechanizaci k výkonu své práce. Marketing firmy by mohl být na vyšší úrovni, proto navrhuji několik novinek v oblasti propagace. Finanční ukazatele ukazují na negativní čísla ohledně běžné a rychlé likvidity. Okamžitá likvidita, tedy likvidita 1. stupně je v pořádku. Ziskovost ve sledovaném období je téměř nulová. Je to dáno tím, že největší zakázka firmy, výstavba bytů na ulici Husova v Rosicích byla ve fázi realizace. Tento ukazatel pozitivně vzroste po prodeji bytů na konci roku 2007.

**4.1 Charakteristika firmy MMB Consulting, s. r. o.**

U založení firmy byli lidé s dlouholetými zkušenostmi v oblasti stavebnictví, poradenství a řídicí práce. Firma vznikla na začátku roku 2002 s cílem realizovat kvalitně a za přijatelné ceny stavby, zejména pro komunální oblast.

**Obr. 4.1 Logo společnosti**

Na základě zkušeností je firma schopna představitelům obcí nabídnout komplexní služby – počínaje poradenskou službou v oblasti získávání investičních prostředků (úvěry, dotace), zajištění a vypracování k tomu potřebných formulářů a dokladů. Investici je firma schopna realizovat od přípravy projektové dokumentace, přes vyřízení příslušných povolení, až po konečné provedení díla "na klíč".

V letech 2004 – 2006 tvořila největší objem činnosti firmy realizace rekonstrukcí a přístaveb správních budov firmy SKANSKA v Prostějově, Brně a Olomouci.

V roce 2006 zahájila firma výstavbu bytových domů v Rosicích u Brna.

Společnost realizuje výstavbu 64 bytů do osobního vlastnictví v lokalitě Husova. Pozemek je mírný jižní svah – velice pěkná lokalita. Výstavba je rozdělena do dvou etap. Prvních 32 bytů bude dokončeno koncem roku 2007 a zbývajících 32 bytů bude dokončeno v druhé polovině roku 2008.



**Obr. 4.2 Výstavba bytů Rosice**



**Obr. 4. 3 Výstavba bytů Rosice**

Bytové jednotky budou umístěny ve čtyřech bytových domech. Bytové domy budou mít 3 nadzemní podlaží a podkroví. V každém domě bude 16 bytů, z toho 7 dvoupokojových a 9 třípokojových. Každý byt má lodžii a vlastní plynové vytápění.



**Obr. 4. 4 Výstavba bytů Rosice**

Firma vlastní stavební mechanismy, zaměstnává vyškolené a prověřené pracovníky, kteří zaručují dobrou produktivitu a kvalitu práce. Právě vysokou kvalitu a komplexnost služeb preferuje vedení firmy před výší zisku. V roce 2004 pracovalo ve firmě průměrně 22 stálých zaměstnanců a v roce 2005 40 zaměstnanců. V současné době je u firmy zaměstnáno 45 pracovníků.



**Tab. 4. 1 Data z obchodního rejstříku**

|                  |                                                       |
|------------------|-------------------------------------------------------|
| Název firmy      | MMB Consulting, s.r.o.                                |
| Právní forma     | Společnost s ručením omezeným                         |
| Sídlo            | Úvoz 29<br>Rosice u Brna<br>665 01<br>Česká republika |
| Termín vzniku    | 30. 01. 2002                                          |
| IČO              | 26275457                                              |
| DIČ              | CZ26275457                                            |
| Základní kapitál | 250 000,- Kč                                          |
| Telefon          | +420 546 411 922                                      |
| GSM              | +420 775 676 677                                      |
| Fax              | +420 546 411 985                                      |
| E-mail           | info@mmbc.cz                                          |
| Web              | www.mmbc.cz                                           |

#### **4. 1. 1 Předmět podnikání firmy**

- provádění staveb, jejich změn a odstraňování
- velkoobchod
- zprostředkování obchodu
- zprostředkování služeb
- pořádání odborných kurzů, školení a jiných vzdělávacích akcí včetně lektorské činnosti
- projektová činnost ve výstavbě
- realitní činnost
- činnost podnikatelských, finančních, organizačních a ekonomických poradců
- poskytování služeb pro zemědělství a zahradnictví
- kopírovací práce
- pronájem a půjčování věcí movitých

#### **Firma nabízí tyto služby :**

- výstavba objektů na klíč
- rekonstrukce objektů
- veškeré stavební práce, obklady, dlažby
- sádkartonové práce
- demolice včetně likvidace sutě a odpadu
- zemní práce
- technická infrastruktura pro bytovou a občanskou výstavbu
- venkovní kanalizace a vodovody
- komunikace – silnice, chodníky, parkoviště, zpevněné plochy, lesní cesty
- dětská a sportovní hřiště
- venkovní úpravy, oplocování pozemků, kamenodrátené opěrné stěny – tzv. gabiony
- sadovnické úpravy
- poradenství

#### **4. 1. 2 Organizační struktura firmy**

**Tab. 4. 2 Organizační struktura firmy MMB Consulting, s. r. o.**

| <b>Vedení společnosti</b>   |                               |
|-----------------------------|-------------------------------|
| Mgr. Vladimír Bartoš        | ředitel                       |
| Ing. Libor Mach             | výkonný ředitel               |
| Ing. Miloš Holešovský       | technický ředitel             |
| Ing. Jaroslav Šoc           | technická příprava staveb     |
| <b>Sekretariát</b>          |                               |
| Pavla Hudzieczková          | asistentka                    |
| <b>Ekonomické oddělení</b>  |                               |
| Dana Doleželová             | vedoucí ekonomického oddělení |
| <b>Stavbyvedoucí</b>        |                               |
| Vladimír Hájek              | stavbyvedoucí                 |
| Tomáš Prokeš                | stavbyvedoucí                 |
| <b>Oddělení informatiky</b> |                               |
| Vladimír Bartoš ml.         | technik                       |

### **Jednatelé společnosti :**

Ing. Libor Mach, Mgr. Vladimír Bartoš, Ing. Miloš Holešovský

Každý z jednatelů jedná samostatně. Podepisování za společnost se děje tak, že k obchodní firmě společnosti připojí svůj podpis jeden z jednatelů společnosti.

## **4. 2 Charakteristika podnikatelského záměru**

### **Váš nový domov Rosice u Brna – NIVKY**

Jedná se o podnikatelský záměr výstavby rodinných domů v Rosicích u Brna – lokalita Nivky. Podnikatelský záměr zahrnuje výstavbu 25 rodinných domů, které jsou podle typů a jejich počtu rozděleny do tří skupin. Domy se budou prodávat "na klíč", 16 z nich bude řadových, zbývajících 9 samostatně stojících. Stavba "na klíč" znamená, že zákazník se v okamžiku předání hotové stavby může do nového domu ihned nastěhovat. Nespornou výhodou pro zákazníka stavby "na klíč" je poskytnutí záruky na provedené práce. Výstavba bude probíhat na základě smlouvy o dílo, která jasně specifikuje termíny plnění, celkovou cenu za provedené dílo, způsob předání a převzetí stavby, způsob odstranění závad a nedodělků a reklamační podmínky.

Výstavba bude probíhat na parcelách č. 5301 a 5302 katastrálního území města Rosice. Tato lokalita se nachází 20 kilometrů západně od Brna. Konkrétně se bude jednat o odkup pozemků a novostavbě rodinných domů včetně vybudování technické infrastruktury.

Můj investiční záměr vychází především z hodnot zájmového území, které lze maximálně využít pro potřeby kvalitního bydlení. Kromě situování v Rosicích, ve snadno dosažitelné vzdálenosti od Brna, se jedná především o krajinné hodnoty jako je blízkost vzrostlého lesa, tvořícího atraktivní kulisu vybrané lokality a současně přirozenou vazbu zastavěného území na volnou přírodu.

Lokalita Nivky se nachází na území, kde je mírná severozápadní svažitost terénu, umožňující zajímavě situovat a architektonicky řešit samotné objekty rodinných domů. Nezanedbatelným kladem zájmových parcel je otevírající se široký výhled přes údolí, což rovněž zvyšuje kladné hodnocení navržené lokality.

Řešené území má těsnou vazbu na zastavěnou část města, ale současně se v jeho



blízkosti nenacházejí žádné objekty průmyslové či zemědělské výroby, které by mohly výrazně snižovat komfort bydlení.

Souhrn těchto parametrů vytváří předpoklad vzniku velmi kvalitní obytné skupiny rodinných domů, protože uvedené skutečnosti patří dnes k hlavním kritériím při volbě vhodného stavebního pozemku pro výstavbu rodinných domů.

Obr. 4. 5 Mapa Rosice

#### 4. 2. 1 Lokalita

Zvolená lokalita pro výstavbu rodinných domů se nachází na území s rozvinutou infrastrukturou :

- **občanská vybavenost** – 2 mateřské školy, základní škola Rosice, gymnázium Zastávka – 1 km od lokality, zdravotní středisko AGNI centrum, praktičtí lékaři, zubní lékaři, fotbalový stadión, tenisové kurty, čerpací stanice, supermarkety
- **dopravní spojení** – je velmi dobré, Rosice jsou obsluhovány Integrovaným dopravním systémem Jihomoravského kraje, v místě se nachází autobusové i vlakové nádraží, cesta autem do Brna trvá cca 20 minut
- **úřady Rosice** – město třetího typu, policie, pošta, banky
- **kultura** – kino Panorama, divadlo Prádelna, zámek Rosice, městská knihovna
- 500 metrů od lokality se nachází společensko – sportovní centrum Harmonie [www.harmonie-centrum.cz](http://www.harmonie-centrum.cz), která nabízí kvalitní kuchyni, sport – squash, bowling, billiard, relaxaci – masáže, saunu, posilovnu a zábavu
- v blízkosti lokality nový Skate – park na sídlišti Kamínky
- přes Rosice vede několik cyklotras, z toho některé jsou značené, např. cyklotrasa 5173 Zastávka – Oslavany – Biskoupky

## 4. 2. 2 Základní údaje charakterizující stavbu

Tab . 4. 3 Parcely v katastrálním území Rosice u Brna

| číslo<br>parcely | vlastnické<br>právo                           | výměra<br>m <sup>2</sup> | druh<br>pozemku   | výstavba<br>RD m <sup>2</sup> | komunikace<br>m <sup>2</sup> | zelené<br>plochy m <sup>2</sup> |
|------------------|-----------------------------------------------|--------------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| 5301             | Petr Lacina<br>Jiráskova 459<br>665 01 Rosice | 6 050                    | orná půda         | 1 320                         | 890                          | 3 840                           |
| 5302             | Město Rosice<br>Palackého 13<br>665 01 Rosice | 7 950                    | orná půda         | 1 490                         | 1 090                        | 5 370                           |
| 5303             | Město Rosice<br>Palackého 13<br>665 01 Rosice | 250                      | ostatní<br>plocha | –                             | 250                          | –                               |

Tab. 4. 4 Parcela v katastrálním území Zastávka u Brna

| číslo<br>parcely | vlastnické<br>právo                                  | výměra<br>m <sup>2</sup> | druh<br>pozemku | výstavba<br>RD | komunikace<br>m <sup>2</sup> | zelené<br>plochy |
|------------------|------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------|------------------------------|------------------|
| 892/1            | Jaroslav Foral<br>Mánesova 367<br>664 84<br>Zastávka | 270                      | zahrada         | –              | 270                          | –                |

## 4. 2. 3 Organizace dotčené výstavbou

- Městský úřad Rosice – odbor regionálního rozvoje, odbor životního prostředí, odbor dopravy, stavební úřad  
Palackého náměstí 13, 665 01 **Rosice**
- Obecní úřad Zastávka, Hutní osada 14, 664 84 **Zastávka u Brna**
- Hasičský záchranný sbor Jihomoravského kraje, Štefánikova 32, 602 00 **Brno**
- Krajská hygienická stanice Jihomoravského kraje, Jeřábkova 4, 602 00 **Brno**
- Archeologický ústav AV, Královopolská 147, 612 00 **Brno**
- Dopravní inspektorát Policie ČR, Bartošova 1, 611 33 **Brno**

- Jihomoravská plynárenská, a. s., Plynárenská 499/1, 657 00 **Brno**
- E-on Česká republika, a. s., Rooseveltova 8a, 669 02 **Znojmo**
- Telefónica O2 Czech republic, a. s., Jana Babáka 11, 662 90 **Brno**
- Vodárenská akciová společnost, a. s. Brno – venkov, Soběšická 156, 638 01 **Brno**
- Svazek vodovodů a kanalizací, B. M. Kuldy 20, 664 91 **Ivančice**
- SELF SERVIS, Pálavské nám. 11, 628 00 **Brno**

#### **4. 2. 4 Projektová dokumentace pro stavební povolení**

Pro zahájení stavby je nezbytné mít vyřízené stavební povolení.

**Projektová dokumentace pro stavební povolení obsahuje zejména :**

- průvodní zprávu
- souhrnnou technickou zprávu včetně požární technické zprávy
- situační výkresy stavby s návazností na okolí včetně napojení stavby na inženýrské sítě a komunikaci
- stavební výkresy – základy, půdorysy, řezy a pohledy
- vytápění – výpočet spotřeby tepla, zdroj tepla a TUV, umístění otopných těles
- zdravotníka – vodovod, kanalizace, plynoinstalace
- elektroinstalace – výpočet požadovaného příkonu, přípojka, elektroměrový rozvaděč, domovní rozvaděč, hromosvod, umístění a specifikace elektrospotřebičů

#### **4. 2. 5 Harmonogram realizace podnikatelského záměru**

Vzhledem k tomu že firma dokončí výstavbu bytových domů v Rosicích u Brna na ulici Husova v polovině roku 2008 bylo by dobré, aby hned po dokončení navázala výstavbou v lokalitě Nivky. Než začne realizovat můj záměr je zapotřebí získat všechna povolení.

V první polovině roku 2008 je zapotřebí :

- vyřídit všechna nutná povolení
- jednat s organizacemi, kterých se bude výstavba dotýkat
- projednat s majiteli pozemků jejich odkup – pan Lacina i pan Foral souhlasí s prodejem holých pozemků za cenu 600 Kč/m<sup>2</sup>. V případě nákupu pozemků od města Rosice musí podat rada města návrh na jejich prodej a zastupitelstvo jej musí schválit.
- reklama, prodej stavebních parcel

- květen 2008 – únor 2009 – vybudování technické infrastruktury a komunikace
- březen – květen 2009 – hrubá stavba
- červen – srpen 2009 – práce PSV
- září 2009 – kolaudace

## **4.3 Výrobní plán**

### **4.3.1 Popis navrhovaného řešení komunikace a inženýrských sítí**

Celkem je uvažováno s výstavbou rodinných domů tří různých velikostí. Domy jsou plánovány jako nepodsklepené. Uprostřed mezi domy je plánována místní slepá komunikace s obratištěm automobilů na konci.

Řešené území bude komunikačně napojeno na stávající místní komunikaci, která se v rámci výstavby opatří zpevněným povrchem, pátevní slepou komunikací. Komunikace bude situována mezi dvěma řadami nových rodinných domů a tvořit přibližně podélnou osu zastavěného území. Komunikace je uvažována jako obousměrná, jednopruhová s rozšířenými krajnicemi ve funkci odvodňovacího systému dešťových vod a parkovací plochy.

Technickou infrastrukturu je důležité projednat se správcí stávajících inženýrských sítí vodovodu, kanalizace, plynovodu, elektrického vedení a telekomunikačních kabelů. Podle získaných předběžných informací je napojení včetně kapacitních požadavků reálné a proveditelné. Území s navrhovanou výstavbou se nenachází v ochranném pásmu žádného ze stávajících vedení.

#### **4.3.1.1 Dopravní řešení**

Uvažovaná výstavba rodinných domů se nachází při pravé straně současné cesty. Tato cesta navazuje západně na místní komunikaci k okraji zástavby v Zastávce u Brna, napojenou na státní silnici mezi Rosicemi a Zastávkou. Podél polní cesty se nachází boční záchytný příkop, který odvádí vodu z pole.

Napojení na tuto rekonstruovanou cestu bude provedeno slepou místní komunikací, v souladu s ČSN 73 6110 "Projektování místních komunikací."

Pátevní komunikace je uvažována jako obousměrná, jednopruhová, pochůzná, se zpevněnými krajnicemi po obou stranách.

#### **Technické parametry komunikace :**

|                                    |        |
|------------------------------------|--------|
| ➤ jízdní pruh – zpevněno           | 3,00 m |
| ➤ místo pro zaparkování – zpevněno | 2,50 m |
| ➤ šířka zpevněné části komunikace  | 5,50 m |
| ➤ krajnice s odvodňovacím systémem | 2,00 m |
| ➤ celková šířka komunikace         | 7,50 m |

Na parkovacím pásu budou přerušovanou čarou vyznačena možná parkovací stání, v polovině místní komunikace bude vyznačena výhybna pro automobily na úkor parkovacích stání. Na konci komunikace bude parkoviště s obratištěm ve tvaru "T", vyhovující požárním vozidlům a vozům pro svoz domovních odpadů.

V případě, že komunikace bude provedena ze zámkové dlažby, bude odlišení pojízdné a parkovací části provedeno různobarevně. Odvedení dešťových vod z pátevní komunikace bude pomocí příčných zachytných žlabů, svedených do vsakovacího systému ve spodní části konstrukční stavby krajnic.

#### **4. 3. 1. 2      Zásobování elektrickou energií**

V uvažované lokalitě prochází distribuční nadzemní vedení nízkého napětí. Zásobování lokality bude poté zajištěno na distribuční rozvod E-on novou přípojovací stanicí a podzemním napájecím kabelem, vedeným okrajem příjezdové komunikace k lokalitě, který bude ukončen v přípojkové skříni SR3 u místní pátevní komunikace k rodinným domům. Z této skříně budou provedeny dvě napájecí větve kabely AYKY s uložením v zemi. Vedení bude uloženo podél jednotlivých parcel, které budou smyčkovým způsobem napájet přípojkové skříně SS101, umístěné v plastových pilířích u vstupů na jednotlivé parcely.

Vedle přípojkových skříní u stavebních parcel budou umístěny plastové elektroměrové rozvodnice s jednosazbovým třífázovým elektroměrem. Jako hlavní jistič před elektroměrem bude typ 25/3/B. Z elektroměrových rozvaděčů budou provedeny kabelové přípojky k jednotlivým rodinným domům s ukončením v rozvodnici rodinného domu.



Pro venkovní osvětlení a případnou společnou spotřebu bude u přípojkové skříně SR3 umístěn pilíř s elektroměrem společné spotřeby. Kabele budou uloženy podle požadavků ČSN 332000-5-52 a ČSN 736005.

#### **4. 3. 1. 3      Zásobování plynem**

Stávající plynovodní středotlaký řád je ukončen u posledního objektu rodinného domu v zástavbě obce Zastávka u Brna. Bude prodloužen až k nově uvažované lokalitě rodinných domů. Je zapotřebí požádat JMP – jihomoravské plynárny o možnost napojení a technické podmínky provedení.

##### **Spotřeba plynu :**

|                                                 |                        |
|-------------------------------------------------|------------------------|
| 25 * plynový kotel 20 kW, 2.3 m <sup>3</sup> /h | 57.5 m <sup>3</sup> /h |
|-------------------------------------------------|------------------------|

|                                  |                          |
|----------------------------------|--------------------------|
| celková maximální roční spotřeba | 60 000 m <sup>3</sup> /h |
|----------------------------------|--------------------------|

Na uvedenou spotřebu plynu je zapotřebí rozšíření STL plynovodu z PE 90 v celkové délce 332 m a STL plynovodní přípojky z PE 25 k jednotlivým objektům rodinných domů.

Nový STL plynovod PE 90 bude napojen na stávající plynovod v místě jeho ukončení v zástavbě obce Zastávka u Brna. Na odbočce nového plynovodu bude osazen uzávěr se zemní soupravou. Nový středotlakový řád plynovodu PE 63 bude veden v zemi a bude proveden v souladu s TPG 702 01 a ČSN EN 12007. Trasa nového STL plynovodu povede v kraji stávající místní cesty s novým zpevněným povrchem a dále nově povede vzniklou slepou páteří místní komunikací až k poslednímu rodinnému domu. Z nového plynovodního řádu budou provedeny přípojky PE 25 k hranicím pozemků jednotlivých objektů. Přípojky budou vedeny na hranici pozemků do skříní HUTIRA a ukončeny kompletní armaturou ISIFLO a HUPKK.

**Pro zásobování teplem** a pro ohřev TUV budou použity plynové teplovodní kotle, např. THERM 20 LXZ s regulovaným výkonem 8-20 kW a s integrovaným zásobníkem teplé užitkové vody. Topná voda pro vytápění je navržena s teplotním spádem 75/60 °C. Zdrojem paliva bude zemní plyn, přivedený novou STL přípojkou. Bude vybudováno nové obchodní měření a nový NTL vnitřní rozvod plynu.

#### **4. 3. 1. 4      Zásobování vodou**

Pitná voda pro nově navržené objekty bude zajištěna vybudováním větve napojené na stávající zásobovací řad veřejného vodovodu v Zastávce u Brna, který je zásobován z centrálního VDJ – vodojemu Sička.

Napojení bude provedeno ve stávající šachtě s redukčním ventilem na stávající nevyužívaný řad DN 100. Bude provedena stavební rekonstrukce armaturní šachty a její kompletní nové trubní vystrojení. Na stávající zásobovací řad se po prověření jeho technického stavu, dezinfekcí a proplachu napojí nový zásobovací řad DN 80 k lokalitě navržené zástavby, který povede podél příjezdné komunikace a ve vlastní lokalitě pod vozovkou páteřní komunikace.

Z něj bude provedeno napojení každé nemovitosti zvlášť samostatnou vodovodní přípojkou. Každá přípojka bude zakončena vodoměrem v typové podzemní vodoměrné šachtě světlých půdorysných rozměrů 1200 x 900, hloubky 1600 mm, situované na pozemku 1 metr za čarou oplocení. Na konci páteřního zásobovacího řadu bude instalován hydrant H 80.

#### **4. 3. 1. 5      Kanalizace**

Stávající systém odkanalizovává Zastávka a Rosice u Brna jednotným stokovým systémem, který je veden na ČOV – čističku odpadních vod Tetčice. Splašková kanalizace byla v nedávné době v obci nově zbudována. Je ukončena šachtou u posledního stojícího rodinného domu, v těsné blízkosti zájmového území. Odvod splaškových vod z rodinných domů bude gravitační, proveden nově vybudovaným sběračem PP DN 250, který se napojí nově vybudovanou revizní šachtou na stávající stoku jednotné kanalizace v Zastávce. Množství odváděných odpadních vod je shodné s potřebou vody. Vlastní nemovitosti budou připojeny samostatnými přípojkami DN 150.

### **4. 3. 2 Výstavba rodinných domů**

**Při výstavbě domů je zapotřebí provést tyto práce :**

- zemní práce, základy, izolace, nosné zdivo, příčky, obvodové zdi, konstrukce střechy, střešní krytina, schodiště, střešní okna, klempířské konstrukce, okapové chodníčky, vnější omítky, vnitřní omítky, okna, vchodové dveře, vnitřní dveře, vnitřní a vnější obklady, malby, podlahové krytiny, zařízení – WC, umyvadlo, vana
- elektroinstalace – měděné vodiče, vypínače a zásuvky
- hromosvod – pozinkované jímače, svody a uzemnění
- vodoinstalace, kanalizace – plastové rozvody, potrubí z trubek PVC
- vytápění a ohřev – plynový kotel, desková tělesa

### **4. 3. 3 Hrubá stavba**

Hrubá stavba zahrnuje :

- základy, základové desky a konstrukce
- zemní práce
- hydroizolace
- tepelná izolace
- stropní konstrukce
- střešní konstrukce
- konstrukce stěn a příček

#### **4. 3. 3. 1 Základové konstrukce**

Tvoří velmi důležitou část. Musí odpovídat základovým podmínkám na pozemku a zajistit stabilitu celé stavby. Pro realizaci základů stavby rodinného domu se používá většinou beton tř. B 15. Betonová směs se ukládá přímo do výkopů nebo do bednění. Základové pasy u nepodsklepených staveb je většinou potřeba zvýšit na úroveň podkladního betonu pod hydroizolací. Pro tento účel se používají betonové tvarovky BTB zděné nasucho a zalité betonovou směsí.

Po dokončení základů a rozvodů instalací pod úroveň podlahy rodinného domu se provede zásyp základních konstrukcí. Podkladové betony provedeme v celé půdorysné ploše rodinného domu i nad základovými pasy a vyztužíme je ocelovou sítí s oky. Tím se zajistí

nejen celkové stažení základových konstrukcí a vyloučí možnost pozdějšího protržení izolací proti vodě a pronikání radonu, ale i lepší podmínky pro práci na dalších stavebních konstrukcích – zdí, stropů apod. Nadzemní části základové konstrukce je nutné provést co nejpřesněji z důvodu jejich pozdějšího obkládání či jiné úpravy povrchů.

#### **4. 3. 3. 2      Hydroizolace**

Provedení izolací proti zemní vlhkosti, případně proti pronikání radonu z podloží do stavby se nesmí podcenit. Vadné a nekvalitní provedení těchto konstrukcí se později odstraňuje jen velmi problematicky s nákladnými opatřeními. Pro hydroizolace se především používají klasické asfaltové pásy na bázi asfaltu. Pro další práce na stavbě je nutné provedenou hydroizolaci chránit před poškozením.

V současné době se často používá k hydroizolacím těsnících stěrkových tmelů. Jejich použití je zejména vhodné pro izolaci venkovních teras, koupelen, prádeln a dalších vlhkých provozů, protože lze přímo na tyto těsnicí tmely klást dlažby a obklady.

#### **4. 3. 3. 3      Svislé nosné a nenosné konstrukce**

Tradiční cihelné bloky z pálené hlíny jsou doposud nejčastěji používány jako základní zdicí materiál pro výstavbu rodinného domu. V posledních letech se velmi rozšířil sortiment těchto výrobků, který zahrnuje komplexní systém pro hrubou stavbu. Pálená cihla má své přednosti a lze ji používat všude. Cihly se vyrábějí z přírodních surovin – hlíny a jílu. To předurčuje kvalitu a přírodní charakter tohoto stavebního materiálu, který neškodí životnímu prostředí. Mají rovněž optimální vlastnosti pokud jde o akumulaci tepla, vlhkost, zvukovou izolaci a odolnosti proti ohni.

Řadu výhod mají také pórobetonové tvárnice vyráběné z křemičitého písku, vápna, cementu, a hliníkového prášku. Umožňují velmi přesné zdění, lehce se opracovávají, mají nízkou objemovou hmotnost a výborné tepelně-izolační vlastnosti. Zdění z těchto tvárníc je prakticky bezodpadové. Snadné provádění prostupů a drážek pro instalace v pórobetonovém zdivu a maximálně snížené náklady na provádění stěrkových omítek na pórobeton nejen urychlí celou výstavbu, ale i zcela kompenzují poněkud vyšší cenu těchto výrobků. Navíc díky tepelně-izolačním vlastnostem není nutné provádět dodatečné zateplování konstrukce. Při dodržení správných technologických postupů se dosáhne vynikající kvality stavby.

#### **4. 3. 3. 4      Stropní konstrukce**

Se vzrůstající cenou ocelových profilů poněkud ustupuje tradiční stropní konstrukce tvořená ocelovými I profily a stropními vložkami HURDIS. Tyto profily jsou nahrazeny speciálními nosníky, které jsou určeny pro uložení stropních vložek.

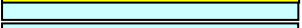
Stále se používají monolitické železobetonové stropní konstrukce, neboť mají prakticky neomezenou možnost vytváření tvarů, prostupů, balkónů apod. Nevýhodou je především nutnost kvalitního bednění celého stropu a možnost výstavby pouze při vhodných klimatických podmínkách.

V současné době se používá při výstavbě rodinných domů celá řada stropních systémů, založená na stropních nosnících a stropních vložkách, které se zalijí betonovou směsí s kari sítí a další výztuží. Snadná a rychlá montáž, bez použití zvedací techniky s výjimkou čerpadla na betonovou směs, je velkou předností tohoto stropního systému.

#### **4. 3. 3. 5      Krov a střecha**

Výrazným architektonickým prvkem každého objektu bývá střešní konstrukce. Může být různorodá od střech plochých, přes pultové k sedlovým s valbami, polovalbami nebo bez nich o různém sklonu, tvaru a barvě krytiny. V naprosté většině se používá pro konstrukce krovů dřevo. Klasické krovové konstrukce se provádějí z dřevěných hranolů a latí. Střešní krytina je jednou z nejdůležitějších součástí stavby, a proto se jejímu výběru věnuje náležitá pozornost. Významnou roli hrají při výběru krytiny tvar a sklon střechy, klimatické podmínky a samozřejmě estetické hledisko s přihlédnutím k okolní zástavbě. Důležitá otázka je životnost krytiny a záruky poskytované výrobcem. Střechu netvoří jen krytina, ale také kvalita pokrývačských prací a klempířských konstrukcí. U nás je tradiční použití krytiny pálené a betonové.

**Základy stavby a kvalita střechy rozhodujícím způsobem ovlivňují životnost stavby.**

|                                                                                   |                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
|  | 15 mm nášlapná vrstva – variabilní (dlažba, plovoucí podlaha atd.) |
|  | 54 mm betonová mazanina                                            |
|  | 1 mm izolace impregnovaná                                          |
|  | 30 mm Rockwool Steprock – kamenná vlna                             |
|  | 50 mm Rockwool Steprock                                            |

|                                                                                   |                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
|  | 4 mm hydroizolace              |
|  | 4 mm izolace – radon           |
|  | penetrační nátěr               |
|  | 150 mm betonová mazanina       |
|  | 2 mm PVC folie proti protečení |
|  | 200 mm stěrk zhutněný          |

**Obr. 4. 6 Skladba podlahy**

#### 4. 3. 4 Dodavatelé

Rozhodnutí, od kterého dodavatele nakoupit, je ovlivněno těmito faktory :

- cena – její výše, možnost slev
- délka dodací lhůty
- dodací podmínky – zejména způsob a cena dopravy, způsob a termín platby za dodaný materiál
- ostatní podmínky – má-li materiál požadovaný atest, splňuje-li mechanické a chemické požadavky

Hlavními partnery firmy se postupně stali dodavatelé :

- **ABC American Bohemian Corporation**, s. r. o. – střešní světlovody ODL, Sunpipe, ventilační turbíny LOMANCO, Ledárenská 57, 620 00 **Brno**, [www.abcweb.cz](http://www.abcweb.cz)
- **BACHL**, s. r. o. – izolační systém pro šikmé střechy, plastová okna a dveře, Evropská 669, 664 42 **Brno** – Modřice, [www.bachl.cz](http://www.bachl.cz)
- **Boki**, a. s. – koncové prvky vytápění – designová tělesa, podlahové konvektory Mathonova 25, 613 00 **Brno**, [www.bokigroup.cz](http://www.bokigroup.cz)
- **DIPRO trade**, s. r. o. – sanitární technika, Chodská 17, 612 00 **Brno**
- **Flachs**, a. s. – polomontované stropní systémy z keramických nosníků, stropních desek hurdis a stropních vložek, Měšťanská 150, 695 01 **Hodonín**, [www.hurdis.cz](http://www.hurdis.cz)
- **Geberit**, s. r. o. – sanitární technika, Moravanská 85, 619 00 **Brno**, [www.geberit.cz](http://www.geberit.cz)
- **HET**, s. r. o. – interiérové a fasádní barvy, U Nádraží 62, 666 01, **Tišnov u Brna**

- **J. A. P.**, s. r. o. – interiérová a exteriérová schodiště, **Přerov**
- **LOMAX**, s. r. o. – garážová vrata, předokenní rolety, [www.lomax.cz](http://www.lomax.cz)
- **Mikita Kaplan** – tepelná čerpadla, Zájezdň 230/12, 642 00 **Brno** – Bosonohy
- **Rockwool**, a. s. – tepelné, akustické a protipožární izolace, [www.rockwool.cz](http://www.rockwool.cz)
- **SIKO KOUPELNY** – koupelnové vybavení, [www.siko-koupelny.cz](http://www.siko-koupelny.cz)
- **TONDACH** Česká republika, s. r. o. – střešní krytina, [www.tondach.cz](http://www.tondach.cz)
- **VEKRA**, s. r. o. – plastová, dřevěná, hliníková okna, zimní zahrady, [www.vekra.cz](http://www.vekra.cz)
- **Wienerberger** cihlářský průmysl, a. s. – cihlové bloky POROTHERM, broušené cihly Plachého 388/28 370 46 České Budějovice, [www.wienerberger.cz](http://www.wienerberger.cz)
- **Xella Porobeton CZ**, s. r. o. – Vodní 550, 664 62 **Hrušovany u Brna**, [www.xella.cz](http://www.xella.cz)
- **ŽDB GROUP**, a. s. – ploty, brány a branky, Bezručova 300, **Bohumín**, [www.zdb.cz](http://www.zdb.cz)

#### 4. 3. 5 Popis a charakteristika domů



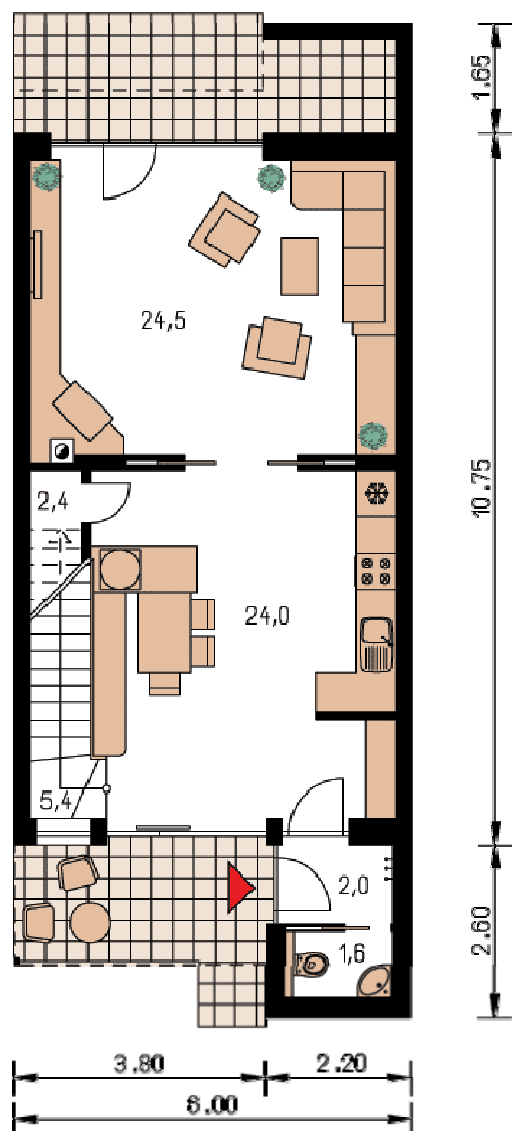
**Obr. 4. 7 Řadový rodinný dům Linea**

- jedná se o dům střední velikostní kategorie
- určen pro řadovou zástavbu na pozemky o šířce 6 metrů
- je vhodný do dvoupodlažní okolní zástavby
- dá se realizovat i jako samostatně stojící
- noční část a denní část domu je vhodně oddělena
- svými vnitřními prostory uspokojí nároky na bydlení 4 – 5 ti členné rodiny
- dům je možné podsklepit
- zastavěná plocha 74 m<sup>2</sup>
- obestavěný prostor 548, 3 m<sup>3</sup>

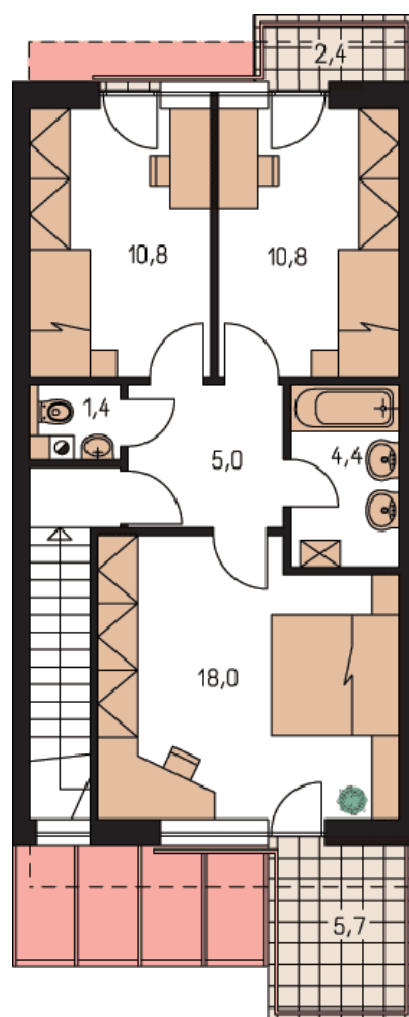
Vzhledem k tomu, že podnikatelský záměr uvažuje o výstavbě **16 řadových domů** tohoto typu, což je nejvíce, přidávám i jeho půdorys.

**Přízemí domu** – užitková plocha 59,9 m<sup>2</sup>

**Poschodí domu** – užitková plocha 58,5 m<sup>2</sup>



**Obr. 4. 8 Půdorys přízemí domu**



**Obr. 4. 9 Půdorys poschodí domu**



Dalších pět domků bude samostatně stojících a budou vypadat takto :



**Obr. 4. 10 Typ rodinného domu Monako**

- výškové členění a propojení místností opticky zvětšuje obytný prostor
- obytné místnosti – 4
- zastavěná plocha 147, 7 m<sup>2</sup>
- obestavěný prostor 588, 2 m<sup>3</sup>

Zbývající čtyři domy budou taktéž samostatně stojící a vypadat budou následovně :



**Obr. 4. 11 Typ rodinného domu Uno**

- členění domu umožňuje plné využití kryté terasy
- obytné místnosti – 4
- zastavěná plocha 142, 7 m<sup>2</sup>
- obestavěný prostor 609, 8 m<sup>3</sup>

#### **4. 3. 6 Vliv stavby na životní prostředí**

Výstavba bude navržena tak, aby měla co nejmenší dopad na životní prostředí. Výsadbou zeleně a úpravou ploch dojde ke zkvalitnění prostředí.

Stavby budou provozem produkovat emise z plynových kotlen, které budou v relaci s požadavky ochrany ovzduší. Jedná se o typové plynové kotle, u nichž výrobce garantuje hraniční hodnoty ochrany životního prostředí. Splaškové vody budou sváděny do splaškové kanalizace obce, která je zaústěna do stávající čistírny odpadních vod s kapacitou i pro nově produkované množství.

Z hlediska odpadů provoz rodinných domů produkuje dle Sb. zákonů 337/1997 tuto skupinu – 20 00 00 Odpady komunální.

Odvoz odpadů bude zajištěn oprávněnou firmou k likvidaci dle zákona 125/1997 Sb. Před kolaudací každého rodinného domu bude stavebníkem doložena smlouva o odvozu odpadů k likvidaci.

#### **4. 3. 7 Bezpečnost a ochrana zdraví pracujících**

Pro zajištění bezpečnosti práce v průběhu realizace stavby je třeba respektovat ustanovení závazných předpisů a nařízení zejména pak :

- Vyhlášku Českého úřadu bezpečnosti práce č. 48/1982, kterou se stanoví základní požadavky k zajištění bezpečnosti práce a technických zařízení při stavebních pracích ve znění vyhlášky č. 352/2000 Sb.
- ČSN 05 0610 – Bezpečnostní předpisy pro svařování plamenem
- ČSN 05 0630 – Bezpečnostní předpisy pro svařování elektrickým obloukem
- Hygienický předpis č. 41, svazek 37/77 – Nejvyšší přípustné hodnoty hluku a vibrací
- Směrnice č. 46, svazek 39/78 – Hygienické požadavky na pracovní prostředí
- ČSN 130107 – Směrnice pro montáž potrubí
- ČSN 270143, 270144 – Zdvihačí zařízení
- ČSN 343108 – Bezpečnostní předpisy o zacházení s el. zařízením pro osoby bez elektrotechnické kvalifikace
- ČSN 380880 – Bezpečnostní předpisy pro energetiky
- ČSN 380881 – Provoz mechanizačních prostředků

#### **4.3.8 Kolaudační rozhodnutí**

Návrh na vydání kolaudačního rozhodnutí obsahuje :

- označení a místo stavby
- doklad o jednání s orgány státní správy
- rozhodnutí, stanoviska, vyjádření, souhlasy, posouzení orgánů státní správy vyžadovaná zvláštními předpisy včetně dokladů o splnění požadavků na ochranu zdravých životních podmínek

### **4.4 Marketingový plán**

#### **Marketingový mix**

##### **Produkt – výrobek**

Produktem firmy jsou rodinné domy. Konkrétně se jedná o 3 typy domů. Firma bude spolupracovat s co nejkvalitnějšími dodavateli materiálu, aby výsledný produkt – rodinný dům byl co nejlepší. Tím docílí spokojenosti zákazníků, což je velice důležité pro další fungování firmy na trhu. Kvalita odvedené práce musí být na té nejvyšší úrovni, abychom uspokojili i toho nejnáročnějšího zákazníka. Zákazník investuje nemalé prostředky do koupi rodinného domu, proto musí být naší prioritou jeho spokojenost. Se spokojeností zákazníka se odvíjí i budoucnost firmy na trhu.

##### **Price**

Při stanovení ceny firma vychází především z nákladového pojetí ceny. Nákladově orientovaná metoda je úzce spojena s cílem dosahování určité míry zisku.

Vzhledem k tomu, že poptávka je funkcí ceny, tak na jejím stanovení závisí finanční výsledek firmy. Firma neustále přizpůsobuje svou nabídku poptávce a hledá nové dodavatele zboží. Právě při hledání nových dodavatelů se vedení firmy snaží vyhledávat kvalitní zboží za rozumnou cenu.

Zákazník platí takto :

- uzavření rezervační smlouvy a složení 50 000 Kč rezervačního poplatku
- po měsíci uzavření smlouvy o smlouvě budoucí 300 000 Kč záloha
- po dokončení hrubé stavby doplacení do 50 % ceny domku
- 7 dní před kolaudací doplacení do 90 % ceny domku
- po kolaudaci doplacení do konečné ceny domku

V dnešní době je jednou z nejpoblárnějších a také nejvýhodnějších forem financování bydlení hypotéka. Firma spolupracuje s Raiffaisen stavební spořitelnou, a. s., která může zajistit 100 % financování stavby.

### **Place**

Distribuce probíhá na základě smlouvy o dílo, která je uzavřena mezi zhotovitelem – firmou MMB Consulting a objednatelem – zákazníkem. Domy budou stavěny "na klíč", to znamená, že po zhotovení díla – rodinného domu se do něj zákazník bude moci nastěhovat.

### **Promotion**

**U mého investičního záměru navrhuji použít tuto reklamu :**

**KIC** – kulturní informační centrum Rosice

Palackého 45, 665 01 Rosice, [www.kic.rosice.cz](http://www.kic.rosice.cz)

Prostřednictvím KIC uskutečním inzerci a reklamu :

- v měsíčníku ROSA
- v RKTV – Rosické kabelové televizi
- výlep plakátů na plakátovacích plochách

**Měsíčník ROSA** je rosický zpravodaj, který je vydáván v nákladu 2700 kusů. Do domácností občanů Rosic a Kratochvilky je dodáván zdarma. Dále je distribuován na prodejní stánky do okolních obcí. Celá strana A5 stojí 1200 Kč. Plnobarevná strana A5 na vnitřní straně obálky vyjde na 2400 Kč.

**RKTV** je rosická kabelová televize. Cena inzerce je stanovena podle délky a charakteru oznámení a podle počtu týdnů zveřejnění.

## Billboard

Dále navrhuji na stavebním úřadu jednat o povolení k umístění reklamy na billboardu u státní silnice I/23. K souhlasu stavebního úřadu je potřeba předložit souhlas vlastníka této státní silnice, kterým je ŘSD – ředitelství silnic a dálnic, Šumavská 33, 659 77 Brno.

Billboardy budou vypadat takto :

**VAŠE NOVÉ BYDLENÍ V ROSICÍCH**



**LOKALITA NIVKY**

**VAŠE NOVÉ BYDLENÍ V ROSICÍCH**



**LOKALITA NIVKY**

## Sponzoring

Navrhuji, aby firma darovala věcnou cenu v hodnotě 2000 Kč do tomboly na sportovní ples města Rosice. Dále navrhuji, aby uspořádala florbalový turnaj pro mládež. Pronájem tělocvičny na 6 hodin – 1500 Kč, pohár pro nejlepší tým turnaje 500 Kč, florbalová hokejka pro nejlepšího střelce turnaje 1000 Kč.

## 4. 5 Finanční plán

**Tab. 4. 5 Rozpočet hrubé stavby řadového domu Linea**

| <b>Práce</b>                      | <b>Cena Kč</b>   |
|-----------------------------------|------------------|
| Zemní práce                       | 26 400           |
| Základové pasy + podkladní beton  | 158 600          |
| Zdi podpěrné a volné              | 294 000          |
| Izolace proti vodě a vlhkosti     | 32 500           |
| Zastřešení                        | 368 400          |
| Technické zabezpečení budov       | 32 600           |
| Ostatní konstrukce a práce HSV    | 132 500          |
| <b>Základní cena celkem</b>       | <b>1 045 000</b> |
| <b>Celková cena ( s 9 % DPH )</b> | <b>1 139 050</b> |

**Tab. 4. 6 Rozpočet hrubé stavby rodinného domu Monako**

| <b>Práce</b>                      | <b>Cena Kč</b>   |
|-----------------------------------|------------------|
| Zemní práce                       | 31 600           |
| Základové pasy + podkladní beton  | 164 400          |
| Zdi podpěrné a volné              | 328 000          |
| Izolace proti vodě a vlhkosti     | 34 500           |
| Zastřešení                        | 406 000          |
| Technické zabezpečení budov       | 35 000           |
| Ostatní konstrukce a práce HSV    | 140 500          |
| <b>Základní cena celkem</b>       | <b>1 140 000</b> |
| <b>Celková cena ( s 9 % DPH )</b> | <b>1 242 600</b> |

**Tab. 4. 7 Rozpočet hrubé stavby rodinného domu Uno**

| <b>Práce</b>                      | <b>Cena Kč</b>   |
|-----------------------------------|------------------|
| Zemní práce                       | 36 000           |
| Základové pasy + podkladní beton  | 168 000          |
| Zdi podpěrné a volné              | 342 000          |
| Izolace proti vodě a vlhkosti     | 34 500           |
| Zastřešení                        | 438 000          |
| Technické zabezpečení budov       | 35 000           |
| Ostatní konstrukce a práce HSV    | 146 500          |
| <b>Základní cena celkem</b>       | <b>1 200 000</b> |
| <b>Celková cena ( s 9 % DPH )</b> | <b>1 308 000</b> |

**Tab. 4. 8 Rozpočet PSV prací stavby domu Linea**

| <b>Práce</b>                      | <b>Cena Kč</b>   |
|-----------------------------------|------------------|
| Okna, dveře                       | 158 000          |
| Zdravotechnika                    | 145 000          |
| Konstrukce montované              | 147 000          |
| Topení, voda, plyn                | 150 000          |
| Omítky, malby                     | 62 500           |
| Obklady, dlažba, podlahy          | 85 000           |
| Schodiště                         | 57 500           |
| Elektromontážní práce             | 125 000          |
| Ostatní práce PSV                 | 175 000          |
| Základní cena celkem              | 1 105 000        |
| <b>Celková cena ( s 9 % DPH )</b> | <b>1 204 450</b> |

**Tab. 4. 9 Rozpočet PSV prací stavby domu Monako**

| <b>Práce</b>                      | <b>Cena Kč</b>   |
|-----------------------------------|------------------|
| Okna, dveře                       | 180 000          |
| Zdravotechnika                    | 158 500          |
| Konstrukce                        | 170 000          |
| Topení voda, plyn                 | 137 500          |
| Omítky, malby                     | 68 450           |
| Obklady, dlažba, podlahy          | 93 200           |
| Izolace teplené                   | 80 000           |
| Elektromontážní práce             | 132 000          |
| Ostatní práce PSV                 | 187 000          |
| Základní cena celkem              | 1 206 650        |
| <b>Celková cena ( s 9 % DPH )</b> | <b>1 315 250</b> |

**Tab. 4. 10 Rozpočet PSV prací stavby domu Uno**

| <b>Práce</b>                      | <b>Cena Kč</b>   |
|-----------------------------------|------------------|
| Okna, dveře                       | 180 000          |
| Zdravotechnika                    | 168 500          |
| Konstrukce                        | 183 400          |
| Topení, voda, plyn                | 145 500          |
| Omítky, malby                     | 76 450           |
| Obklady, dlažba, podlahy          | 102 800          |
| Izolace tepelné                   | 80 000           |
| Elektromontážní práce             | 135 000          |
| Ostatní práce PSV                 | 205 000          |
| Základní cena celkem              | 1 276 650        |
| <b>Celková cena ( s 9 % DPH )</b> | <b>1 391 550</b> |

#### 4. 5. 1 Index rentability

Index ziskovosti (profitability index) vyjadřuje velikost současné hodnoty budoucích příjmů projektu připadající na jednotku investičních nákladů přepočítaných na současnou hodnotu. Číselně stanovíme index rentability jako podíl současné hodnoty budoucích příjmů projektu a současné hodnoty investičních výdajů.<sup>12</sup>

|      |                 |
|------|-----------------|
| IR = | budoucí příjmy  |
|      | současné výdaje |

$$IR = 91\,422\,000 / 78\,809\,500 = \mathbf{1,16\,Kč}$$

Na jednu korunu investičních výdajů v jejich přepočtu na současnou hodnotu projekt přináší **1,16 Kč** budoucích příjmů přepočtených opět na jejich současnou hodnotu.

Projekt by měl být přijat k realizaci, jelikož index rentability je větší než 1. Čím víc IR přesahuje 1 tím je ekonomicky výhodnější.

<sup>12</sup> FOTR J., SOUČEK I., Podnikatelský záměr a investiční rozhodování, str. 72



## 5

## VYHODNOCENÍ NÁVRHU

### 5.1 Náklady na realizaci

- odkup pozemků
- technická infrastruktura, komunikace
- výstavba domů

#### 5.1.1 Náklady na odkup pozemku

Po konzultaci na Městském úřadě jsem zjistil, že 1 m<sup>2</sup> nezasíťovaného pozemku v zamýšlené lokalitě Nivky lze odkoupit za 500 Kč. Dále jsem konzultoval odkup pozemku s majitelem parcely č. 5301, panem Lacinou, který je ochoten pozemek prodat za 600 Kč/m<sup>2</sup>. Majitel parcely č. 892/1. Pan Foral je ochoten prodat pozemek taktéž za 600 Kč/m<sup>2</sup>.

Z toho vyplývá, že náklady na **odkup pozemku** činí :

$$8\,200 * 500 + 6\,050 * 600 + 270 * 600 = 7\,892\,000 \text{ Kč}$$

#### 5.1.2 Náklady na výstavbu domů

Celkem se bude stavět 25 domů, které jsou typově rozděleny do 3 skupin. Každý dům má jiné náklady, které jsou uvedeny v následující tabulce.

**Tab. 5.1 Náklady na stavbu rodinných domů**

| Typ domu | Náklady na hrubou stavbu | Náklady na PSV práce | Celkové náklady na stavbu domu |
|----------|--------------------------|----------------------|--------------------------------|
| Linea    | 1 139 050                | 1 204 450            | 2 343 500                      |
| Monaco   | 1 242 600                | 1 315 250            | 2 557 850                      |
| Uno      | 1 308 000                | 1 391 550            | 2 699 550                      |

- |                          |                                   |
|--------------------------|-----------------------------------|
| 1. skupina 16 domů Linea | $16 * 2\,343\,500 = 37\,496\,000$ |
| 2. skupina 5 domů Monaco | $5 * 2\,557\,850 = 12\,789\,250$  |
| 3. skupina 4 domy Uno    | $4 * 2\,699\,550 = 10\,798\,200$  |

Celkové náklady na **výstavbu domů** činí **61 083 450 Kč**.

### 5. 1. 3 Náklady na vybudování technické infrastruktury a komunikace

Náklady na vybudování technické infrastruktury, tedy vodovodu, kanalizace, plynovodu, elektrického vedení, telekomunikačních kabelů a komunikace.



Po konzultaci s paní Ing. Petrou Šimkovou a panem Ing. Martinem Šimkem, [www.mollova-simek.cz](http://www.mollova-simek.cz) jsem došel k následujícím odhadům nákladů na zasilování pozemku a vybudování komunikace.

**Tab. 5. 2 Odhad nákladů inženýrských sítí a komunikace**

| Odhad nákladů IS a komunikací pro 25 RD |          |                |           |                     |
|-----------------------------------------|----------|----------------|-----------|---------------------|
| Položka                                 | množství | mj             | cena /jed | Celkem Kč           |
| Komunikace+chodníky                     | 2500     | m <sup>2</sup> | 1 400     | 3 500 000           |
| D.kanalizace                            | 200      | m              | 4 575     | 915 000             |
| S.kanalizace                            | 200      | m              | 4 340     | 868 000             |
| Výústní objekty                         | 1        | ks             | 60 800    | 60 800              |
| Vodovod                                 | 200      | m              | 2 150     | 430 000             |
| Plynovod                                | 200      | m              | 945       | 189 000             |
| NN                                      | 400      | m              | 1 635     | 654 000             |
| VO                                      | 200      | m              | 1 285     | 257 000             |
| Trafostanice                            | 1        | ks             | 700 000   | 700 000             |
| Přípojky kanalizace d.                  | 25       | ks             | 15 440    | 386 000             |
| Přípojky kanalizace s.                  | 25       | ks             | 15 440    | 386 000             |
| Přípojky voda                           | 25       | ks             | 12 450    | 311 250             |
| Přípojky plyn                           | 25       | ks             | 19 000    | 475 000             |
| Přípojky NN                             | 25       | ks             | 23 400    | 585 000             |
| Čerpání na ČOV                          | 1        | ks             | 117 000   | 117 000             |
| <b>Celkem</b>                           |          |                |           | <b>9 834 050 Kč</b> |

Celkové náklady na **technickou infrastrukturu a komunikaci** jsou **9 834 050 Kč**.

### 5. 1. 4 Náklady celkem

Celkové náklady na odkup pozemku, vybudování technické infrastruktury, komunikace a výstavbu rodinných domků jsou ve výši **78 809 500 Kč**.

## 5. 2 Přínosy

### 5. 2. 1 Přínosy vyčíslitelné

#### 5. 2. 1. 1 Výnos z prodeje stavebních pozemků

Po konzultaci se starostou města Rosic jsem navrhl prodej 1 m<sup>2</sup> za 2 100 Kč, což je v Rosicích a přilehlých lokalitách optimální cena za zasítovaný pozemek.

Celkové výnosy z **prodeje pozemků** jsou  $10\,320 * 2100 = 21\,672\,000$  Kč.

#### 5. 2. 1. 2 Výnos z prodeje domů

Tab. 5. 3 Prodejní ceny domů

| Typ domu | Prodejní cena Kč |
|----------|------------------|
| Linea    | 2 640 000        |
| Monaco   | 2 950 000        |
| Uno      | 3 190 000        |

1. skupina 16 domů Linea  $16 * 2\,640\,000 = 42\,240\,000$

2. skupina 5 domů Monaco  $5 * 2\,950\,000 = 14\,750\,000$

3. skupina 4 domy Uno  $4 * 3\,190\,000 = 12\,760\,000$

Celkové výnosy z **prodeje domů** činí **69 750 000 Kč**.

#### 5. 2. 1. 3 Celkové výnosy

Celkové výnosy z prodeje zasítovaných pozemků a rodinných domků jsou ve výši **91 422 000 Kč**.

### 5. 2. 2 Přínosy nevyčíslitelné

- po úspěšném vybudování kvalitního bydlení možnost realizace dalších projektů
- zvýšení prestiže firmy

Cílem diplomové práce bylo vytvoření podnikatelského záměru. Konkrétně se jednalo o podnikatelský plán výstavby rodinných domů v Rosicích u Brna, který byl zpracován pro firmu MMB Consulting, s. r. o.

Podnikatelským záměrem jsem se zabýval, protože je to zajímavé téma a může se mi v životě hodit při eventuálním zakládání a vedení svého vlastního podniku.

Po stanovení cíle jsou v druhé části práce popsány a shrnuty teoretické podklady. Ty slouží jako nezbytný podklad pro vytvoření praktické části práce.

Ve třetí části jsem analyzoval vnější a vnitřní prostředí, které působí na firmu. Na základě analýz vnějšího prostředí byly určeny hrozby a příležitosti. Analýza podmínek vnitřního prostředí poskytla informace pro identifikaci silných a slabých stránek.

V další části byl formulován podnikatelský záměr. Je zde představena firma MMB Consulting, s. r. o., pro kterou je navržen plán výstavby 25 řadových a rodinných domků. Tato by navazovala na výstavbu bytových domů na ulici Husova. Jako lokalitu jsem zvolil Nivky mezi Rosicemi a Zastávkou. V první fázi by se během prvního pololetí roku 2008 koupily pozemky. Protože se jedná o pozemky holé, je potřeba je v další fázi zasít'ovat a vybudovat komunikaci. V březnu roku 2009 by začala další fáze, hrubá stavba, na kterou by navázaly dokončovací práce. Kolaudace by proběhla v září roku 2009. Dále je zde popsán marketingový a finanční plán.

Celkové náklady, tedy na odkup pozemků, jeho zasít'ování, vybudování komunikace a výstavbu domků jsem stanovil ve výši 78 809 500 Kč. Celkové výnosy z prodeje zasít'ovaných pozemků a rodinných domků jsou 91 422 000 Kč.

Kromě zisku vidím hlavní přínos této investiční akce v tom, že po úspěšném vybudování rodinných domků v lokalitě Nivky se může firma nadále rozvíjet a pokračovat v realizaci dalších staveb.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] COVEY R. Stephen. 7 návyků skutečně efektivních lidí. Management Press, Praha 2006. 344 s. ISBN 80-726-1156-9.
- [2] DRUCKER F. Peter. To nejdůležitější z Druckera v jednom svazku. Management Press, Praha 2002. ISBN 978-80-7261-066-2.
- [3] FOTR Jiří, SOUČEK Ivan. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. Grada Publishing, Praha 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- [4] GLADIŠ Daniel. Naučte se investovat. Grada publishing, Praha 2004. 156 s. ISBN 80-247-0709-8.
- [5] HISRICH Robert D., PETERS Michael P. Založení a řízení nového podniku. Victoria Publishing, Praha 1996. 503 s. ISBN 80-85865-07-6.
- [6] JOHNSON Gerry, SCHOLES Kevan. Cesty k úspěšnému podniku. Computer Press, Praha 2000. 834 s. ISBN 80-722-6220-3.
- [7] KOHOUT Pavel. Investiční strategie pro třetí tisíciletí. Grada Publishing, Praha 2005. 292 s. ISBN 80-247-1438-8.
- [8] KOONTZ, H. a WEINRICH, H. Management. Victoria Publishing, Praha 1993. 659 s. ISBN 80-85605-45-7.
- [9] KORÁB Vojtěch. Založení a řízení podniků. Brno 2003. 123 s. ISBN 80-214-2513-X
- [10] KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary. Marketing. Grada Publishing, Praha 2003. ISBN 80-247-0513-3.
- [11] PORTER, Michael E. Konkurenční strategie. Victoria Publishing, Praha 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2.
- [12] SYNEK Miroslav. Manažerská ekonomika. Grada Publishing, Praha 2007. 452 s. ISBN 80-24719-92-4

### Internetové zdroje

- [14] Český statistický úřad <http://www.czso.cz>
- [15] Ministerstvo pro místní rozvoj <http://www.mmr.cz>
- [16] Ministertvo průmyslu a obchodu <http://www.mpo.cz>
- [17] <http://www.businessinfo.cz>
- [18] <http://www.business.center.cz>
- [19] <http://www.mmbc.cz>

### **Ostatní zdroje**

[20] Obchodní zákoník, zákon č. 513/1991 Sb.

[21] Hospodářské noviny

## SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

|           |                                                          |    |
|-----------|----------------------------------------------------------|----|
| Obr. 2. 1 | Marketingový mix.....                                    | 20 |
| Obr. 2. 2 | Marketingový mix z hlediska kupujícího .....             | 22 |
| Obr. 2. 3 | Rozdělení SWOT – analýzy.....                            | 24 |
| Obr. 3. 1 | Soustava situační analýzy .....                          | 25 |
| Obr. 3. 2 | Graf stavební výroby v letech 2002 – 2006 .....          | 30 |
| Obr. 3. 3 | Porterův model konkurenčního prostředí.....              | 32 |
| Obr. 3. 4 | Metoda 7 S .....                                         | 43 |
| Obr. 4. 1 | Logo společnosti .....                                   | 47 |
| Obr. 4. 2 | Výstavba bytů Rosice .....                               | 47 |
| Obr. 4. 3 | Výstavba bytů Rosice .....                               | 48 |
| Obr. 4. 4 | Výstavba bytů Rosice .....                               | 48 |
| Obr. 4. 5 | Mapa Rosice.....                                         | 52 |
| Obr. 4. 6 | Skladba podlahy .....                                    | 62 |
| Obr. 4. 7 | Řadový dům Linea.....                                    | 63 |
| Obr. 4. 8 | Půdorys přízemí domu .....                               | 64 |
| Obr. 4. 9 | Půdorys poschodí domu.....                               | 64 |
| Obr. 4.10 | Typ rodinného domu Monako .....                          | 65 |
| Obr. 4.11 | Typ rodinného domu Uno .....                             | 65 |
| Tab. 4. 1 | Data z obchodního rejstříku .....                        | 49 |
| Tab. 4. 2 | Organizační struktura firmy MMB Consulting, s. r. o..... | 50 |
| Tab. 4. 3 | Parcely v katastrálním území Rosice u Brna .....         | 53 |
| Tab. 4. 4 | Parcela v katastrálním území Zastávka u Brna .....       | 53 |
| Tab. 4. 5 | Rozpočet hrubé stavby řadového domu Linea.....           | 70 |
| Tab. 4. 6 | Rozpočet hrubé stavby rodinného domu Monako .....        | 70 |
| Tab. 4. 7 | Rozpočet hrubé stavby rodinného domu Uno.....            | 70 |
| Tab. 4. 8 | Rozpočet dokončovacích prací domu Linea .....            | 71 |
| Tab. 4. 9 | Rozpočet dokončovacích prací domu Monako.....            | 71 |
| Tab. 4.10 | Rozpočet dokončovacích prací domu Uno .....              | 72 |
| Tab. 5. 1 | Náklady na stavbu rodinných domů .....                   | 73 |
| Tab. 5. 2 | Odhad nákladů inženýrských sítí a komunikace.....        | 74 |
| Tab. 5. 3 | Prodejní ceny domů .....                                 | 75 |

## **SEZNAM PŘÍLOH**

- 1 Certifikace ČSN EN ISO 9001 : 2001
- 2 Rozvaha, výkaz zisku a ztrát 2006
- 3 Smlouva o dílo
- 4 Vzor smlouvy o dílo



## Certifikace ČSN EN ISO 9001 : 2001



Smlouva o dílo je velmi častým a používaným typem smlouvy. Je upravena jak občanským, tak poněkud podrobněji i obchodním zákoníkem. Smluvní strany se označují jako zhotovitel a objednatel. Dílem se pak rozumí zhotovení určité věci, pokud nespadá pod kupní smlouvu, montáž určité věci, její údržba, provedení dohodnuté opravy nebo úpravy určité věci nebo hmotně zachycený výsledek jiné činnosti. Dílem se rozumí vždy zhotovení, montáž, údržba, oprava nebo úprava stavby nebo její části. Další náležitostí je samozřejmě sjednaná cena. Ta musí být ve smlouvě dohodnuta nebo v ní musí být alespoň stanoven způsob jejího určení, ledaže z jednání o uzavření smlouvy vyplývá vůle stran uzavřít smlouvu i bez tohoto určení.

Co se týče provedení díla, postupuje při provádění díla zhotovitel samostatně a není při určení způsobu provedení díla vázán pokyny objednatele, ledaže se k jejich plnění výslovně zavázal. Může ovšem pověřit jeho provedením jinou osobu, jestliže ze smlouvy nebo z povahy díla nevyplývá nic jiného. Při provádění díla jinou osobou má ovšem zhotovitel odpovědnost, jako by dílo prováděl sám. Zhotovitel je povinen provést dílo na svůj náklad a na své nebezpečí ve sjednané době, jinak v době přiměřené s přihlédnutím k povaze díla. Nevyplývá-li ze smlouvy nebo z povahy díla něco jiného, může zhotovitel provést dílo ještě před sjednanou dobou.

Jestliže provedení díla neodpovídá výsledku určenému ve smlouvě, mluvíme o tom, že dílo má vady. Objednatel je povinen předmět díla prohlédnout nebo zařídít jeho prohlídku podle možnosti co nejdříve po předání předmětu díla. Zhotovitel odpovídá za vady, jež má dílo v době jeho předání. Jestliže však nebezpečí škody na zhotovené věci přechází na objednatele později, je rozhodující doba tohoto přechodu. Za vady díla, na něž se vztahuje záruka za jakost, odpovídá zhotovitel v rozsahu této záruky. Záruku a její rozsah by měly dohodnout především smluvní strany pro konkrétní případ, i když zákon obsahuje obecnou úpravu. Zhotovitel ovšem neodpovídá za vady díla, jestliže tyto vady byly způsobeny použitím věcí předaných mu k zpracování objednatelem v případě, že zhotovitel ani při vynaložení odborné péče nevhodnost těchto věcí nemohl zjistit nebo na ně objednatel upozornil a objednatel na jejich použití trval. Zhotovitel rovněž neodpovídá za vady způsobené dodržáním nevhodných pokynů daných mu objednatelem, jestliže zhotovitel na nevhodnost těchto pokynů upozornil a objednatel trval na jejich dodržení.

**Přílohy :** A – technická dokumentace a popis (technický plán) díla.

### 1. Účastníci smlouvy

Smluvní strany této smlouvy, kterými jsou :

**Zhotovitel :** Jméno Příjmení, rodné číslo : 123456/1234, trvalé bydliště  
(název ....., sídlo ....., IČ, zastoupená .....)

**Objednatel :** Jméno Příjmení, rodné číslo : 123456/1235, trvalé bydliště  
(název ....., sídlo ....., IČ, zastoupená .....)

se dohodly, že spolu uzavřou tuto smlouvu o dílo a projevíly vůli řídit se všemi jejími ustanoveními. Otázky touto smlouvou neupravené se řídí právním řádem České Republiky.

### 2. Předmět smlouvy

Předmětem této smlouvy je zhotovení ....., na základě popisu a přesné specifikace a technické dokumentace, která je nedílnou součástí této smlouvy a tvoří přílohu A.

### 3. Čas a způsob předání

**I.** Dílo, které je předmětem podle této smlouvy bude zhotoveno do .....  
V případě prodlení zaviněného stranou zhotovitele má objednatel nárok na penále ve výši ..... procent z ceny díla za každý započatý den prodlení.

**II.** K předání díla objednateli dojde do dvou dnů od jeho zhotovení a to .....  
kde.....

### 4. Práva a povinnosti účastníků smlouvy

**I.** Objednatel předal a zhotovitel převzal při podpisu smlouvy následující věci určené k provedení díla : .....

**II.** Zhotovitel prohlašuje, že převzal, seznámil se a souhlasí s obsahem podkladů, které pro zhotovení díla od objednatele převzal. Tyto podklady tvoří přílohu A této smlouvy.

**III.** Zhotovitel prohlašuje, že provede dílo, které je předmětem podle této smlouvy, podle podkladů a technické dokumentace dodané mu objednatelem a v dohodnuté lhůtě jej objednateli předá.

**IV.** Zhotovitel prohlašuje, že dílo, které je předmětem podle této smlouvy zhotoví osobně ve spolupráci s .....

### 5. Ujednání o ceně

**I.** Celková cena díla, které je předmětem podle této smlouvy činí ..... Kč.

**II.** Objednatel je povinen zaplatit zálohu ve výši ..... % z ceny díla, které je předmětem podle této smlouvy. Tuto zálohu uhradí na účet zhotovitele číslo ..... vedený Bankou v ..... do tří dnů od podpisu této smlouvy.

**III.** Zbývající část ..... % ceny díla, které je předmětem podle této smlouvy uhradí objednatel na účet zhotovitele číslo ..... vedený Bankou v ..... do deseti dnů od předání díla.

## **6. Vady díla**

**I.** Objednatel výsledek činnosti zhotovitele osobně prohlédne a zkontroluje při předání. Jestliže provedení díla neodpovídá výsledku určenému ve smlouvě a objednatel dílo odmítne v takovém stavu v souladu se zákonem převzít, má právo dílo vrátit zhotoviteli k přepracování, v rámci něhož zhotovitel v nezbytně nutném čase bezplatně odstraní vady díla.

**II.** Pokud vady ani po přepracování nebudou odstraněny nebo nebude možno je vůbec odstranit, nemá objednatel povinnost dílo převzít a zaplatit zbylou část ceny díla podle části 4 - III této smlouvy. Záloha podle části 4 - II této smlouvy se nevrací.

**III.** Dojde-li k převzetí díla objednatelem, odpovídá zhotovitel za vady díla v rozsahu záruky po dobu 6 měsíců. Záruka se vztahuje na : ..... V rámci záruky je zhotovitel povinen odstranit bezplatně závady, které nebyly způsobeny nepřiměřeným či nevhodným zacházením.

## **7. Závěrečná ustanovení**

**I.** Pokud bude dílo zhotoveno před dohodnutým termínem tak, jak je uvedeno v části 3 - I této smlouvy, vyzve zhotovitel písemně objednatele k převzetí díla.

**II.** Účinky této smlouvy nastanou okamžikem podpisu.

**III.** Tato smlouva je vyhotovena ve ..... vyhotoveních.

**IV.** Účastníci této smlouvy prohlašují, že si text smlouvy důkladně přečetli, s obsahem souhlasí a že tato smlouva byla uzavřena podle jejich skutečné, svobodné a vážné vůle, nikoli v tísní a za nápadně nevýhodných podmínek a na důkaz toho pod ni připojují své podpisy.

V ..... dne .....

Zhotovitel : Jméno Příjmení

.....podpis.....

Objednatel : Jméno Příjmení

.....podpis.....