



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV INFORMATIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF INFORMATICS

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR

BUSINESS PROJECT

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

KAMIL ŠENK

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. IVANA GROLIGOVÁ, CSc.

BRNO 2007

Vysoká škola: Vysoké učení technické v Brně
Fakulta: podnikatelská

Akademický rok: 2006/2007
Ústav: informatiky

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Kamil Šenk

6209R021 - Manažerská informatika

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

Podnikatelský záměr

Business Project

Pokyny pro vypracování:

Úvod
Vymezení problému a cíl práce
Teoretická východiska práce
Charakteristika současné situace
Návrh podnikatelské záměru
Možnosti financování projektu
Zhodnocení rizik projektu
Podnikatelský plán
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

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

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Rozsah původní zprávy: cca 40 stran

Seznam odborné literatury:

FOTR.J. Příprava a hodnocení podnikatelských projektů. 1.vyd. Praha:VŠE. 1993. 164s.
ISBN 80- 7079-759-2

FOTR.J. Podnikatelský plán a investiční rozhodování.Praha:Grada.1995. 184s.
ISBN 80- 85623-20-X


WUPPERFELD.U. Podnikatelský plán pro úspěšný start.Praha:Management Press.2003.
160s. ISBN 80- 7261-075-9

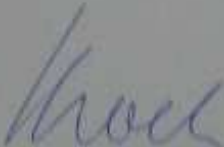
Vedoucí bakalářské práce: Ing. Ivana Groligová, CSc.

Datum zahájení bakalářské práce: 31. října 2006

Datum odevzdání bakalářské práce: 31. května 2007




Ing. Jiří Kříž, Ph.D.
Ředitel ústavu


Doc. Ing. Miloš Koch, CSc.
Děkan

V Brně dne: 16. února 2007

LICENČNÍ SMLOUVA POSKYTOVANÁ K VÝKONU PRÁVA UŽÍT ŠKOLNÍ DÍLO

uzavřená mezi smluvními stranami:

1. Pan/paní

Jméno a příjmení: Kamil Šenk

Bytem: Kunčice p.O. 662, 739 13 Frýdek-Místek

Narozen/a (datum a místo): 21.1.1895 v Čeladné

(dále jen „autor“)

a

2. Vysoké učení technické v Brně

Fakulta podnikatelská

se sídlem Kolejní 2, 612 00 Brno

jejímž jménem jedná na základě písemného pověření děkanem fakulty:

Ing. Jiří Kříž, Ph.D., ředitel Ústavu informatiky

(dále jen „nabyvatel“)

Čl. 1 Specifikace školního díla

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

- disertační práce
 - diplomová práce
 - bakalářská práce
 - jiná práce, jejíž druh je specifikován jako
- (dále jen VŠKP nebo dílo)

Název VŠKP: Podnikatelský plán
Vedoucí/ školitel VŠKP: Ing. Ivana Groligová, CSc.
Ústav: Ústav ekonomiky
Datum obhajoby VŠKP: 22.6.2007

VŠKP odevzdal autor nabyvateli v*:

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

* hodící se zaškrtněte

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

Článek 2

Udělení licenčního oprávnění

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

Článek 3

Závěrečná ustanovení

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

V Brně dne:

.....
Nabyvatel

.....Kamil Šenk.....
Autor

Abstrakt

Tato práce se zabývá vytvořením podnikatelského záměru fiktivní firmy. Popisuje situace, které mohou vzniknout při zakládání nové firmy a vysvětluje jejich možná řešení. Navrhuje způsoby financování a možnosti získání podpory v rámci strukturálních fondů EU.

Klíčová slova

obchod, podnik, finance, Evropská unie, fond, plán, cíle, rizika, řízení

Abstract

This work puts mind to technic creation of bussines project some simulated company. It describe current situation, which may originate in real situation, and it explains their current solution. This work design possibilities of funding and getting support from EU resources.

Key words

bussines, company, finance, European union, fund, plan, objectives, threats, managment

Bibliografická citace VŠKP dle ČSN ISO 690

ŠENK, K. *Podnikatelský záměr*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2006. XY s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Ivana Grohlová, CSc.

Čestné prohlášení

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

V Brně, dne 31. května 2007

.....

podpis

Poděkování

Tímto bych chtěl poděkovat Ing. Ivaně Groligové, CSc. za její odbornou pomoc, věcné připomínky a optimistický přístup při sepisování této práce. Dále bych chtěl poděkovat své rodině a přátelům za pomoc a podporu při tvorbě této práce a všem ostatním, kteří přispěli k zdárnému vytvoření této bakalářské práce.

SOUHRNÝ PŘEHLED

Název firmy

Kamil Šenk – IT&COM

Místo podnikání

Frenštát pod Radhoštěm, náměstí Míru 18, 744 01.

Jméno a adresa podnikatele

Kamil Šenk, Kunčice pod Ondřejníkem 662, 739 13.

Předmět podnikání

Nákup a prodej zboží (výpočetní techniky) a odborné poradenství

Forma podnikání

Podnikám jako fyzická osoba na základě živnostenského listu.

Prohlášení o potřebě financování

Potřebný kapitál ke startu firmy je 1 390 000 Kč. Tento kapitál bude krytý úvěrem ve výši 890 000 Kč a vlastním vkladem ve výši 500 000 Kč. Bude využit k placení nákladu potřebných pro chod firmy a nakoupení zásob.

Prohlášení o důvěrnosti

Tato zpráva je důvěrná a je majetkem zpracovatelů. Je určena pouze pro potřebu zpracovatelů. Pořizování kopií, či prozrazování kterékoliv části jejího bez písemného předchozího souhlasu zpracovatelů je zakázáno.

Datum zpracování: 31. 5. 2007

OBSAH

Úvod.....	1
1. Předmět a cíle podnikatelského záměru.....	3
1.1. Formulace problému.....	3
1.2. Cíl práce.....	3
2. Teoretická a metodická východiska zpracování podnikatelského záměru.....	5
2.1. Tvorba podnikatelské strategie.....	5
2.2. Tvorba a hodnocení variant podnikatelské strategie.....	5
2.3. Příprava podnikatelského projektu.....	7
2.4. Podnikatelský plán.....	8
2.5. Programy podpory EU.....	10
3. Vlastní řešení podnikatelského záměru.....	13
3.1. Marketingové cíle a strategie.....	13
3.2.1. Cíle.....	13
3.2.2. Strategie.....	13
3.2. Segmentace trhu.....	14
3.2.1. Kritéria segmentace.....	14
3.3. Analýza konkurence.....	15
3.3.1. Cíle konkurence.....	15
3.4. Zhodnocení rizik projektu – příležitosti a rizika.....	16
3.4.1. SWOT analýza.....	16
3.4.2. SLEPT analýza.....	18
3.5. Produkt.....	19
3.5.1. Životní cyklus našich produktů.....	20
3.5.2. Cenová politika.....	21
3.6. Distribuční politika.....	22
3.6.1. Propagace.....	22
3.7. Organizační plán.....	23
3.7.1. Popis podniku.....	23
3.7.2. Oranizace a řízení podniku.....	24
3.7.3. Pracovně právní vztahy.....	26
3.7.4. Popis hlavní činnosti.....	27
3.7.5. Pořízení majetku, zásobování.....	29

3.7.6. Realizace prodeje.....	30
3.7.7. Časový harmonogram.....	31
3.8. Finanční plán – možnosti financování projektu.....	32
3.8.1. Startovací kapitál, potřeba úvěru.....	32
3.8.2. Zásoba průměrná, ČN, Zásoba minimální a maximální.....	35
3.8.3. Rozbor nákladu, fixní náklady a provozní náklady.....	36
3.8.4. Hospodářský výsledek v 1. a v 2.roce podnikání.....	37
3.8.5. Rozvaha, Cash-flow, výkaz zisku a ztrát za 1. a 2. rok podnikání.....	39
3.9. Finanční analýza.....	43
4. Návrh plánu financování a budoucí investice.....	45
4.1. Budoucí investice.....	47
5. Závěr.....	48
6. Seznam použité literatury	
7. Seznam příloh	
8. Přílohy	

Úvod

Rozhodnutí stát se podnikatelem je rozhodnutí složité, náročné a bezesporu může ovlivnit váš život měrou nemalou. Před každým důležitým rozhodnutím, je třeba zvážit mnoho aspektů. Jak podnikání ovlivní váš soukromý život, co vám přinese ekonomicky, jaký bude profit a jaká rizika. To jsou otázky, které je třeba položit ještě mnohem dříve než začneme zvažovat první kroky na cestě za vlastní firmou.

Česká republika je zemí, kde je podpora malého a středního podnikání i přes častou kritiku na celkem vysoké úrovni. Český spotřebitel je náročný co se potřeby sortimentu služeb a zboží týče. Vzhledem k tomu, že trh je již nějakou dobu nasycen a zákazníci mají na výběr z nepřehledného množství, je jasné, že v takovémto tržním prostředí musí podnikatel nabídnout nejen vše to, co nabízí konkurence, ale také něco navíc. V takovém tržním prostředí je třeba hledět do budoucna nejen měsíc, nebo rok, ale i mnohem déle. Doba se neustále mění, přicházejí nové trendy jak na místních trzích, tak globálně. Některé věci jsou však součástí podnikání již dlouhou dobu, jsou stále a neměnné. Stále pokud chce firma být úspěšná, musí si uvědomit, že v podnikání bude čelit mnoha rizikům. Riziko je neoddelitelnou součástí podnikání a firma jej musí nést. Abychom si své vlastní podnikatelské cíle podrobili drobnohledu stávajících i budoucích ohrožení, neexistuje lepší cesta než zpracovat kvalitní podnikatelský záměr. V souladu s tímto je nezbytná definice strategie plnění cílů i marketingová strategie. Platí totiž, že management každé firmy, který hospodaří ať už se svými či vypůjčenými prostředky by si měl uvědomit, že na něm leží za tyto zdroje odpovědnost. Proto je vypracování podnikatelského plánu logickým závěrem.

Každý podnikatelský plán by měl začínat nějakou myšlenkou, ideou, která má „reálnou“ šanci prosadit se na trhu. Podnikatelský plán dává šanci poměřit své plány s realitou. Podnikatelský plán by měl obsahovat předmět činnosti, průzkum trhu (marketingovou studii), potřebu a nákladnost investic, materiálu, pracovní síly, vyhodnocení ekonomické průchodnosti, volbu formy podnikání. Doporučené osnovy podnikatelských záměrů lze nalézt na webových stránkách jednotlivých příslušných úřadů, jako např. úřady práce, MMR (ministerstvo pro místní rozvoj) a jiné.

Ve své bakalářské práci se zabývám zpracováním podnikatelského záměru pro vznik nové „fiktivní“ firmy. Konkrétně řeším vstup nového podniku na trh z výpočetní technikou. Jedná se o založení živnosti na nákup a prodej zboží a odborné poradenství. V teoretické části jsou uvedena všechna platná fakta pro všechny formy podnikání, v bakalářské práci se však zabývám především podnikáním OSVČ (osoba samostatně výdělečně činná) a v návaznosti na to možnostmi podpory malého a středního podnikání formou dotací z EU. Všechny tyto informace jsou platné pro rok 2007.

1. Předmět a cíle podnikatelského záměru

1.1. Formulace problému

Kvalitní podnikatelský záměr je základem každého dlouhodobě úspěšného podnikání a jako takový představuje zdaleka nejúčinnější způsob snižování podnikatelského rizika. Každý rozumný podnikatel proto zahajuje své počínání dobrým nápadem a jeho následovným rozvíjením. Ve své základní podstatě je podnikatelský záměr jakýsi ideál, utopie či vize, kterou podnikatel sní o svém podnikání a málokdy ji tak bezezbytku naplní – spíše neustále usiluje o její dosahování. V praktické rovině je pak tento záměr chápán jako dlouhodobá strategie či plán, ze kterého vycházíme a s nímž by mělo být celé naše podnikání v naprostém souladu. Intuitivní rozhodování má pochopitelně také velký význam, nicméně v obdobích nadměrné pracovní zátěže a únavy může být podnikatelský záměr jedinou ochranou před špatným rozhodováním, zlovolným nátlakem jiných osob apod.

1.2. Cíl práce

Cílem práce je vypracovat realizovatelný projekt, který bude mít oporu v kvalitním podnikatelském záměru, který nastíní všechny cíle, strategie a následná rizika z nich vznikající. Mezi hlavní cíle patří dlouhodobá tvorba zisku, získávání nových zákazníků a spokojenost stávajících zákazníků. Toho chceme dosáhnout nabízením kvalitního sortimentu zboží za přijatelnou cenu.

Jako předmět podnikání volíme nákup a prodej výpočetní techniky, PC příslušenství a kancelářské techniky. Jedná se o jedno z nejrychleji se rozvíjejících odvětví dnešní doby a i přes již značnou rozšířenost skrývá potenciál pro další rozvoj.

Naše prodejna(středisko) bude sídlit ve Frenštátě pod Radhoštěm, náměstí Míru 18, 744 01. Název prodejny bude IT&COM. Jedná se o centrum města, většina podniků centralizuje své pobočky právě zde, kvůli vysoké frekvenci zákazníků, snadné přístupnosti a snadné viditelnosti.

Začít podnikat v tomto oboru jsme se rozhodli, protože má inovační potenciál, vývoj v tomto oboru jde rychle do předu a nehrozí proto stagnace poptávky. Dále protože město Frenštát stále nemá, ani ve svém blízkém okolí, kvalitní prodejnu VT, která by v sobě integrovala kvalitní nabídku zboží, poradenských služeb a propagace.

Kromě dvou nekvalitních prodejen, z nichž jedna se zabývá pouze prodejem komponent, sídlí nejbližší konkurence v sousedních městech Frýdek-Místek a Rožnov pod Radhoštěm.

2. Teoretická a metodická východiska zpracování podnikatelského záměru

2.1. Tvorba podnikatelské strategie

Základní fáze tvorby podnikatelské strategie

Zpracování podnikatelské strategie je jedním z nejdůležitějších předpokladů dosahování podnikatelské prosperity, přičemž tato strategie vytváří určitý rámec, ve kterém probíhá příprava a realizace podnikatelských projektů.

Přípravu podnikatelské strategie lze rozdělit do několika základních fází (kroků), které tvoří :

- a) analýza a hodnocení podniku
- b) analýza a prognóza vývoje okolí podniku
- c) stanovení cílů podniku
- d) tvorba a hodnocení variant podnikatelské strategie (strategie rozvoje podniku) včetně volby varianty určené k realizaci. [4]

2.2. Tvorba a hodnocení a hodnocení variant podnikatelské strategie

Všechny předchozí etapy (analýza a hodnocení výchozí situace podniku, analýza a prognóza podnikatelského okolí, stanovení poslání a strategie cílů podniku) vedou k získání poznatků nezbytných pro koncipování variant podnikatelské strategie (rozvojové strategie podniku), kterou lze chápat jakožto určitý prostředek umožňující dosažení strategických cílů.

Podnikatelská strategie by měla dát odpověď především na tyto otázky :

- Co vyrábět resp. jaké služby poskytovat (jaké výrobky resp. výrobní obory rozvíjet, jaké tlumit)
- Pro koho vyrábět či poskytovat služby (zboží)
- Jak vyrábět či poskytovat služby (zboží)
- Jak dodávat
- Jaké zdroje využívat

Podnikatelskou strategii lze dekomponovat do dílčích strategií, které tvoří především strategie:

- Marketingová (ceny, distribuční cesty, podpora prodeje)
- Výrobní (rozvoj výrobního programu)
- Inovační (inovace výrobků a technologií)
- Investiční (rozvoj výrobnětechnické základny)
- Zásobovací (suroviny, materiály, energie)
- Personální (zabezpečení pracovních sil v potřebné struktuře)
- Finanční (zajištění finančních zdrojů pro realizaci strategie)
- Rozvoje systémů řízení

Tyto dílčí strategie nejsou vzájemně nezávislé, ale existují mezi nimi těsné vazby. Určitou základní složkou podnikatelské strategie tvoří strategie marketingová a výrobní, přičemž ostatní dílčí strategie mají spíš podpůrný charakter a orientují se na všestranné zajištění marketingová a výrobní strategie [4]

2.3. Příprava podnikatelského projektu

Příprava a realizace podnikatelských projektů je základní formou naplňování zvolené podnikatelské strategie. Kvalitní příprava těchto projektů je přitom jedním z primárních předpokladů dosažení podnikatelského úspěchu v náročných podmínkách tržní ekonomiky. Je zřejmé, že dosažení žádoucí kvality přípravy podnikatelského projektu není snadné, neboť tato příprava zahrnuje činnosti vysoce náročné jak na potřebné znalosti, tak i na vynaložený čas.

Příprava podnikatelských projektů v podmínkách tržního hospodářství přitom zahrnuje některé činnosti či složky, týkající se např. marketingu, finanční analýzy a analýzy rizika těchto projektů, které pro nás nebyly v minulosti (tj. při přípravě investičních akcí v centrálně plánovaném hospodářství) podstatné, a proto často chybějí určité znalosti a zkušenosti, které jsou v současném období pro přípravu podnikatelských projektů podstatné.

Cílem je proto přinést nezbytné minimum poznatků, které jsou v přípravě podnikatelských plánů nezbytné.

Prameny UNIDO (organizace OSN pro průmyslový rozvoj) zpravidla člení proces přípravy a realizace podnikatelských projektů (tzv. Project Development Cycle) do tří návazných fází, které tvoří fáze :

- Předinvestiční
- Investiční
- Provozní (Operační)

Předinvestiční fáze se dále dělí:

- Identifikace projektu (myšlenka, idea projektu)
- Fáze předběžného výběru
- Fáze formulace a hodnocení projektu (feasibility study) [4]

Fáze realizace podnikatelského projektu se člení na dílčí fáze vyjednávání a uzavírání kontraktů, zpracovávání projektové dokumentace, vlastní výstavby a zahájení provozu.

V bakalářské práci se však zaměřuji na předinvestiční činnost, tj. vlastní přípravu podnikatelského plánu (projektu).

2.4. Podnikatelský plán

Náplň podnikatelského plánu

Technickoekonomická studie přináší většinu informací potřebných pro zpracování podnikatelského plánu. Tento plán zachycuje základní výsledky a závěry této studie a slouží zpravidla dvěma účelům. Jednak je to určitý vnitřní dokument, který slouží jako základ vlastního řízení firmy. Značný význam však má externí uplatnění podnikatelského plánu v případě, že firma hodlá investovat podnikatelský projekt zčásti nebo zcela za účasti cizího kapitálu, případně se uchází o některý druh nevratné podpory. V tomto případě je totiž třeba přesvědčit poskytovatele kapitálu o výhodnosti a nadějnosti podnikatelského projektu, na jehož financování se tento kapitál použije (poskytovatel kapitálů, např. banka totiž pečlivě zvažuje a hodnotí projekt i firmu z hlediska výnosnosti vložených prostředků, jejich návratnosti i existujícího podnikatelského rizika). Kvalitně zpracovaný podnikatelský záměr může pak významně podpořit získání potřebného kapitálu. [4]

Podnikatelský plán by měl obsahovat tyto části:

- a) **Stručný souhrn** obsahující:
 - Název a adresu firmy, číslo telefonu a faxu, kontaktní osoby
 - Charakteristiku produktu, resp. služby, které jsou náplní podnikatelského záměru, stručný popis trhů, kde se chce firma uplatnit i odbytových cest, které předpokládá využít k dosažení těchto trhů.

- Strategické zaměření firmy na období příštích 3 až 5 let, včetně jejich dlouholetých cílů, způsobů dosažení těchto cílů i uvedení fáze podnikatelské činnosti, ve které se firma nachází.
 - Zhodnocení manažerských zkušeností a kvality klíčových pracovníků firmy ve vztahu k danému podnikatelskému projektu.
 - Finanční aspekty zahrnující odhady zisku v následujících pěti letech, velikost potřebného kapitálu, účel jeho použití a očekávaný roční výnos pro poskytovatele kapitálu.
- b) Základní východiska zahrnující:**
- Historii firmy; zde by měla být uvedena stručná charakteristika činnosti firmy od jejího založení, výsledky podnikatelské činnosti a vývoj finanční situace firmy v minulosti a jejich význam pro budoucnost, způsoby financování firmy
 - **Důležité charakteristiky produktů (služeb), které jsou náplní podnikatelského projektu.**
- c) Sledované cíle**
- Celkové (souhrnné) cíle, které se firma snaží realizací daného podnikatelského projektu dosáhnout
 - Specifikace cíle z oblasti prodeje, kvality produkce (služby), inovace, produktivity a rentability, rozvoje řízení a sociální oblasti.
- d) Přehled základních výsledků a závěrů technickoekonomické studie daného podnikatelského projektu, týkající se:**
- Analýzy trhu a tržní konkurence
 - Marketingové strategie
 - Výrobní kapacity a výrobního programu
 - Materiálů, technologie a výrobního zařízení, umístění
 - Pracovních sil
 - Organizace a řízení
 - Prognóz hospodářských výsledků a finančních plánů
 - Vlastnictví
 - Analýzy rizika
- e) Shrnutí a závěry [4]**

2.5. Programy podpory

Program podpory začínajících podnikatelů START

Tento program realizuje Prioritní osu 1 „Vznik firem“ Operačního programu Podnikání a inovace. Program je realizován podle zákona č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon č. 47/2002 Sb.“) a v režimu podpor malého rozsahu (dále jen „podpora de minimis“).

Cíl programu

Cílem programu je umožnit realizaci podnikatelských záměrů osob vstupujících do podnikání poprvé nebo s delším časovým odstupem, a to poskytnutím podpory ve formě bezúročného úvěru nebo zvýhodněné záruky s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru.

Základní ustanovení

- a) Správcem programu je Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO)
- b) Poskytovatelem podpory je Českomoravská záruční a rozvojová banka
- c) Podpora je poskytována z prostředků záručního fondu nebo úvěrového fondu vytvořených z prostředků státního rozpočtu, Evropského fondu pro regionální rozvoj a v případě úvěrového fondu též z prostředků ČMRB, a.s.

Základní pojmy

- Finanční příspěvek – finanční příspěvek ve smyslu zákona č. 47/2002 Sb.
- Podpora – bezúročný úvěr nebo zvýhodněná záruka s finančním příspěvkem k zaručování úvěru.
- Projekt – pořízení a financování aktiv a dalších výdajů k provádění podnikatelské činnosti

- Smlouva o podpoře – smlouva o bezúročném úvěru nebo smlouva o záruce obsahující též podmínky poskytnutí finančních příspěvků uzavřená mezi příjemcem podpory a poskytovatelem podpory.
- Veřejná podpora – finanční prospěch získaný příjemcem podpory ke dni uzavření smlouvy o podpoře prostřednictvím bezúročného úvěru či zvýhodněné záruky s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru

Podporované aktivity

Podnikatelská činnost vymezená seznamem odvětvové klasifikace (OKEČ) ekonomických činností, který je uveden jako společná příloha programů PROGRESS, START a ZÁRUKA, dále jen („podporovaná ekonomická činnost“)

Příjemce podpory

Příjemce podpory musí k datu podání žádosti splňovat následující podmínky:

Musí být drobným podnikatelem podle nařízení komise (ES) č. 70/2001 o použití článků 87 a 88 Smlouvy o ES na státní podpory malým a středním podnikům v platném znění, který splňuje tyto další podmínky:

a) Fyzická osoba – podnikatel:

aa) – musí být zaregistrován jako poplatník daňe z příjmu na finančním úřadě podle §33, odst. (1) zákona č. 337/1992 Sb., o správě daní a poplatků v platném znění, v roce podání žádosti o podporu nebo v roce předchozím, a to buď poprvé nebo minimálně po 7 letech od ukončení předcházející registrace, případně začal podnikat mimo území České republiky v roce podání žádosti o podporu nebo v roce předchozím, a to buď poprvé nebo minimálně po 7 letech od ukončení předcházející podnikatelské činnosti.

ab) – není společníkem společnosti s ručením omezeným, veřejné obchodní společnosti nebo komanditní společnosti nebo členem družstva (kromě bytového družstva) ani společníkem právnické osoby podnikající mimo území České republiky, a nebyl jím ani v období 7 let před datem podání žádosti o podporu.

b) Společnost s ručením omezeným, veřejná obchodní společnost, komanditní společnost nebo družstvo (kromě bytového družstva), (dále jen „podnikající právnická osoba“):

ba) – musí být zaregistrována jako poplatník daně z příjmů na finančním úřadě podle § 33, odst. (1) zákona č. 337/1992 Sb., o spávkě daní a poplatků v platném znění, v roce podání žádosti podporu nebo v roce předchozím.

bb) – jejími společníky nebo členy jsou pouze fyzické osoby, které nejsou podnikateli a nebyly jimi ani v období 7 let před datem podání žádosti o podporu, ani nejsou společníky společnosti s ručením omezeným, veřejné obchodní společnosti, komanditní společnosti nebo členy družstva (kromě bytového družstva), případně společníky právnické osoby podnikající mimo území České republiky, a nebyly jimi ani v období 7 let před datem podání žádosti o podporu

Musí být oprávněn k podnikání na území České republiky odpovídajícímu podporované ekonomické činnosti, k jejímuž uskutečňování je realizován projekt.

Musí mít vyrovnány veškeré závazky vůči státu a finančním ústavům [5]

3. Vlastní řešení podnikatelského záměru

3.1. Marketingové cíle a strategie

3.2.1 Cíle

Mezi hlavní cíle patří dlouhodobá tvorba zisku, získávání nových zákazníků a spokojenost stávajících zákazníků. Toho chceme dosáhnout nabízením kvalitního sortimentu zboží za přijatelnou cenu.

3.2.2 Strategie

Abychom dosáhli nejúčinnější cesty marketingových cílů, musíme si vybrat marketingovou strategii, která nám to umožní.

1. Strategie zaměřená na stimulaci trhu

* Orientace na zvyšování spokojenosti zákazníků

Budeme se snažit o maximální spokojenost zákazníka. Chceme usilovat o to, aby byl zákazník vždy spokojen s kvalitou nabízeného zboží. Podstatné je vyhovovat přáním a potřebám, flexibilně na ně reagovat. Být vždy o krok napřed před konkurencí.

* Orientace na příznivou cenu

Při velkém objemu prodeje budeme snižovat náklady a cenu za prodané zboží. Budeme snižovat reálně, abychom neznehodnotili zboží nízkou cenou.

2. Konkurenční strategie

Zaměříme se na tržní mezery, kterým konkurenti nevěnují pozornost. Dále máme v plánu vylepšit a modifikovat stávající způsob prodeje. Jedná se především o způsob distribuce zakoupeného zboží mezi zákazníky, a způsoby propagace a reklamy.

3.2. Segmentace trhu

Segmentace trhu může být definována jako způsob, jakým si podnik formuluje skupiny spotřebitelů na základě jejich různých potřeb nebo preferencí k dosažení specifických předností. Své budoucí zákazníky si tedy rozdělím na segmenty. Zákazníci, kteří budou mou firmu navštěvovat, nejsou omezeni věkem ani pohlavím. Oblast informačních a IT technologií dnes zasahuje mezi všechny populační skupiny. Je však na místě předpokládat, že nejširší věkovou základnu budou tvořit spotřebitelé mezi 20 až 40 léty. Tohoto závěru jsme docílili statistickým výzkumem.

3.2.1 Kritéria segmentace

Geografické

Oblast podnikání se nachází na Severní moravě, konkrétně ve Frenštátě pod Radhoštěm a přilehlých a okolních vesnicích (Tichá, Kunčice pod Ondřejníkem, Trojanovice, Veřovice, Lichnov, Kopaná.)

Časová

Rozdělení podle spotřeby v čase. Předpokládá se zvýšení prodeje před vánocemi, lidé kupují dárky a již několik let je oblast IT, počítačových her a softwaru pro spoustu lidí horkým kandidátem.

Demografické

Zde se jedná jak o zákazníky obou pohlaví. Nejsou omezeni věkem, ale předpokládá se nejširší skupina mezi 20-40 roky. Pokud jdem o kritérium vzdělanosti, našimi zákazníky budou lidé jak ze středoškolským, tak s vysokoškolským vzděláním. Dá se ovšem předpokládat zvýšený zájem mezi mladými lidmi SŠ/VŠ vzdělanými v oborech IT/VT.

Psychografické

K našim zákazníkům budou patřit lidé ze všech sociálních vrstev, jak nižší, tak střední i vyšší vrstvy. Tento závěr je podpořen dlouholetým snižováním cen VT a příslušenství.

3.3. Analýza konkurence

Konkurenci nám tvoří všechny podniky, které bojují o zákazníkův čas a jeho peníze. Konkurence musí být rozpoznána, sledována a vymanevrována. Kdo tedy tvoří naši konkurenci? Jedná se o firmy ATtcomputers, s.r.o, Frenšát pod Radhoštěm; Comels, s.r.o, Frenštát pod Radhoštěm. Tyto podniky budou pro naši firmu *příkými konkurenty*. Zbytek tvoří *nepřímou konkurenci*, neboť jsou pro naši budoucí klientelu těžce dostupné, nenabízejí stejnou kvalitu služeb a zaměřují se na jinou cílovou skupinu !

3.3.1. Cíle konkurence

Tyto firmy chtějí dosáhnout zisku a velkého přílivu zákazníků. Jejich služby si drží jistou dávku kvality, ovšem nenabízejí možnost nakupování po internetu, neintegrují prodej s kvalitním poradenstvím. Nezaměřují se svou propagací na všechny skupiny zákazníků, ale nadřazují firemní klientelu. Ta ovšem v této oblasti tvoří pouze zhruba 25% z celkové potávkvy.

Konkurenční podniky dlouhodobě vykazují snahu nabízet zboží za co nejlevnější ceny na úkor kvality. Je zde viditelný posun k low-endové nabídce pro veřejnost.

Jsem plně přesvědčen, že tudy cesta nevede. Z průzkumu veřejného mínění je zřejmé, že nejširší část trhu, 70% spotřebitelů, upřednostňuje poměr mezi kvalitou a cenou, a raději si připlatí za vysokou kvalitu, s dobrým poměrem cena/výkon.

V kombinaci s kvalitním servisem a poradenstvím je zde vysoká šance zaujmout významné postavení na tomto lokálním trhu.

3.4. Zhodnocení rizik projektu - Příležitosti a rizika

Hlavní příležitost vidíme v umístění prodejny na zajímavém a přehledném místě. Dále jak již bylo zmíněno, v nedostatečné současné nabídce v tomto městě. Zajímavou příležitostí je také umístění zdejší střední odborné průmyslové školy elektrotechnické/informatické. Její studenti mohou tvořit zajímavou skupinu zákazníků, a hlavně nadějný propagační kanál. V blízké budoucnosti, pokud se bude firmě dařit, máme v plánu rozšířit pole působnosti ještě do sousedního Valašského Meziříčí. Klíčem k tomu všemu pro nás je neustálá modernizace, jak z pohledu vnímání zákazníka a doprovodných služeb, tak prvotně nabízeného zboží.

A konečně po vstupu do EU se privátnímu sektoru otevřelo mnoho příležitostí spojených hlavně z dotačními fondy (Strukturální fondy EU, programy OPPI). Máme v plánu získat dotace na podporu začínajících podniků (program START).

Frenštát pod Radhoštěm se nachází na Ostravsku (Novojičínsku), **v moravskoslezském kraji**. Jedná se o tradiční industriální oblast s vysokým podílem tzv. „velkého“ průmyslu - především uhelného hornictví, metalurgie, těžkého strojírenství a chemie. Zejména centrální část kraje v okolí měst Ostrava, Havířov, Karviná a Frýdek-Místek, patří k nejhustěji osídleným oblastem České republiky. Nezaměstnanost se však v tomto kraji pohybuje okolo 15%, což převyšuje celorepublikový průměr. Z tohoto důvodu se jedná o oblast s vysokou pravděpodobností šance na přidělení dotace, grantu na podporu zaměstnanosti.

Co se týče rizika, jako každá začínající firma, budeme zatíženi úvěrem. Jeho splácení se bude odvíjet od toho, jak bude firma produktivní. Je tedy riziko nesplacení úvěru. Další z rizik jsou náklady převyšující výnosy. Tomuto lze předejít rozumnou kalkulací nákladů a realistickým odhadem vývoje nákladů do budoucna (viz. *nákladová analýza*)

3.4.1 SWOT analýza

Slouží jako východisko k celkovému zhodnocení. Je to rozbor, který je nutný k vytýčení strategických a hlavních cílů. Jde o analýzu, která odhaluje silné a slabé stránky, vzniklé z *vnějších a vnitřních faktorů*.

SWOT

S – Silné stránky	W – Slabé stránky
<p>S1. Výhodná geografická poloha v rámci regionu a města Frenštát pod Radhoštěm. Jedná se o regionálně známé turistické centrum. Dobrá dostupnost vzhledem k sousedním větším městům a dalším obcím kraje, ležících na významných dopravních tazích.</p> <p>S2. Migrační atraktivita kraje – přírůstek obyvatel migrací ve většině okresů</p> <p>S3. Kvalifikovaná pracovní síla, zejména v technických oborech a to i v národním měřítku</p> <p>S4. Velká koncentrace SŠ v regionu.</p> <p>S5. Kulturně historické bohatství s velkým počtem evidovaných kulturních památek s chráněnými památkovými celky</p> <p>S6. Naše flexibilita v oblasti cen nabízených služeb a zboží.</p> <p>S7. Kvalita zaměstnanců naší firmy a jejich odborná připravenost.</p> <p>S8. Vysoká kvalita nabízených služeb našeho podniku a motivace pro další zl.</p>	<p>W1. Horší sociální uroveň obyvatelstva v regionu.</p> <p>W2. Dlouhodobě nadprůměrná míra nezaměstnanosti, zejména okresy Ostrava a Frýdek-Místek, Nový Jičín</p> <p>W3. Nepříznivá demografická struktura a negativní populační trend u velké části venkovského obyvatelstva, (narůstání podílu poproduktivní věkové skupiny obyvatelstva a pokles podílu skupiny předproduktivní)</p> <p>W4. Zvyšující se průměrná délka nezaměstnanosti</p> <p>W5. Slabá kapitálová vybavenost naší firmy</p> <p>W6. Zatížení úvěrem</p> <p>W7. Počáteční neznámost naší značky (loga, firmy jako takové)</p>
O – Příležitosti	T – Ohrožení
<p>O1. Využití výhodné geografické polohy kraje pro rozvoj ekonomických aktivit (ekonomická aktivace území) – výrobní a technologické zóny pro tuzemské a zahraniční investory</p> <p>O2. Zvyšující se počet potencionálních zákazníků</p> <p>O3. Šance získávat nové kvalifikované a odborné zaměstnance</p> <p>O4. Spolupráce se školami, sponzoring škol, reklama, tvoří velkou část klientely</p> <p>O5. Rozvoj turistiky a proto i příliv nových zákazníků</p> <p>O6. Schopnost zaujmout cenou a zároveň kvalitou služeb a zboží proti konkurenci.</p> <p>O7. Celková kvalita obsluhy v prodejně, spokojenost zákazníků.</p> <p>O8. Zvyšování prodeje, certifikáty, promítne se jménu firmy, propagace.</p>	<p>T1. Ohrožení koupěschopnosti obyvatelstva</p> <p>T2. Odchod vzdělaných obyvatel z kraje z důvodu absence kvalifikovaných pracovních míst, horší koupěschopnost nezaměstnaných lidí</p> <p>T3. Obecný faktor stárnutí obyvatelstva, úbyt klientely hlavně v před a produktivním věku</p> <p>T4. Oecné zhoršování sociální situace obyvatelstva</p> <p>T5. Neschopnost financovat bez zatížení úvěrem, riziko nesplácení</p> <p>T6. Nesplácení úvěru, ohrožení likvidity firmy</p> <p>T7. Riziko špatného podvědomí o firmě mezi potencionálními zákazníky</p> <p>T8.</p>

3.4.2 SLEPT analýza

Analýza SLEPT vychází z podrobného zmapování externího prostředí, do kterého firma hodlá vstoupit, přičemž zvažujeme, jakým způsobem se jednotlivé faktory v tomto prostředí mění v čase. Snahou je posoudit, jak se změní vývoj externího prostředí v závislosti na relevantním faktoru. SLEPT analýza je založena na zkoumání sociálních, legislativních, ekonomických, ale i ekologických, politických a technologických faktorů.

Analýza vnějšího prostředí, zahrnuje:

- **S**ociální faktory (počet obyvatel, zaměstnanost, hustota zalidnění)
- **L**egislativa (zda mohu v oboru podnikat, lidské zdroje, životní prostředí)
- **E**konomika (příjmy obyvatelstva, tendence ekonomiky)
- **P**olitické faktory
- **T**echnologické faktory.

* *Sociální faktory*

Firma bude podnikat v Moravskoslezském regionu, okres Nový Jičín, město Frenštát pod Radhoštěm. Počet obyvatel cca 25 tisíc. Rozloha okresu je 881,59 km², počet obyvatel je 151 835 osob (hustota zalidnění je 172 obyvatelů na 1 km²). V okrese Nový Jičín je 53 obcí, z toho 11 měst.

Míra nezaměstnanosti se pohybuje okolo 15% a proto by firma v budoucnu neměla mít problém získávat zaměstnance. Můžou se ovšem vyskytnout problémy se správnou kvalifikací uchazečů.

* *Technologické faktory*

Spolu s pronikáním českých výrobků na trhy vyspělých ekonomik si i naše podniky začínají uvědomovat, jak důležitá je kvalita pro konkurenceschopnost. Stále větší zájem je o služby vysoké kvality, charakterizované především normami ISO 9000, ISO 9001, ISO 9002.

Z tohoto důvodu se budeme v budoucnu snažit dosáhnout takové kvality našeho zboží a služeb, abychom mohli některé z kvalitativních norem zavést. Jelikož jsme ovšem firma, která je založena na poskytování služeb a prodeji zboží, nejsou ISO normy pro nás tak podstatné a přínosné jako pro výrobní podniky.

*** *Legislativní faktory***

Nákup a prodej zboží a poskytování služeb samo o sobě takřka nezatěžuje životní prostředí. Budeme splňovat požadavky bezpečnostních norem pro provoz i bezpečnost zaměstnanců. Veškerý odpadový produkt bude konzervován podle nebezpečnosti a odvážen specializovanou firmou.

*** *Ekonomické faktory***

Je zde trvalý trend nárůstu cen energií a obecně fixních nákladů. Pro udržování a zvyšování obrátu firmy bude v první řadě třeba dbát na kvalitu nabízeného zboží a doprovodných služeb. Dále zvyšování produktivity práce. (investice do nových technologií, např. investice po fázích). V současné době lze v tomto oboru pozorovat nárůst poptávky, ale zároveň větší požadavky na jakost a kvalitu zboží.

*** *Politické faktory***

V posuzovaném období se všeobecně očekává změna orientace vlády a parlamentu na podporu podnikání a zlepšení podnikatelských podmínek, čímž bude udržen či navýšen současný růst ekonomiky.

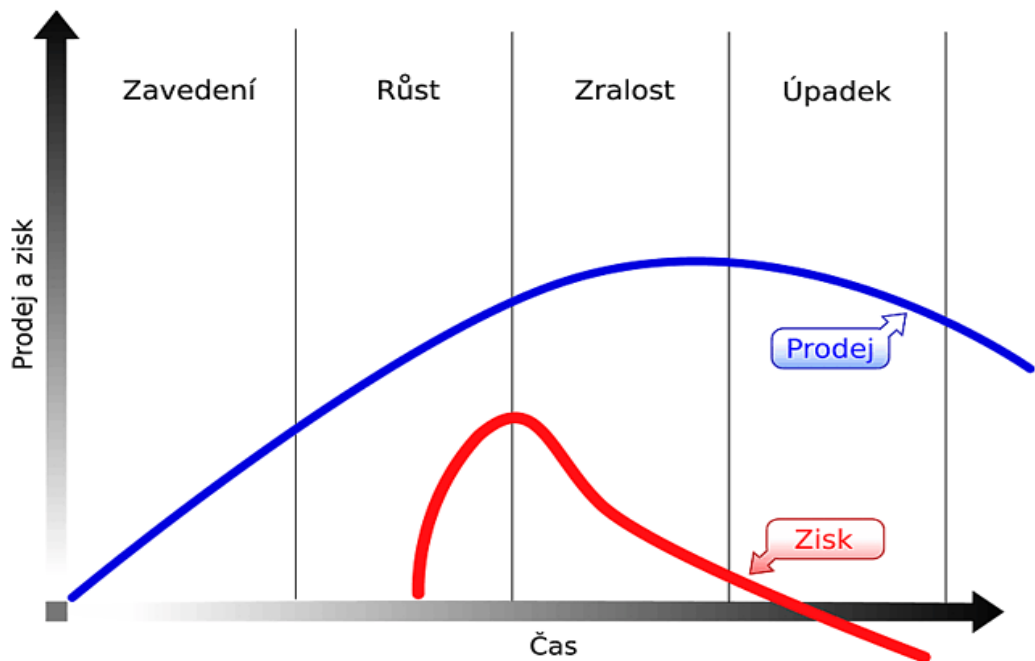
3.5. Produkt

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

Firma IT&COM bude prodávat spotřební zboží, které bude nakupováno jednotlivci i organizacemi. Firma bude distribuovat mezi zákazníky jak běžnou výpočetní techniku, tak speciální firemní vybavení jako např:

- Vysoce výkonné serverové sestavy na bázi procesorů XEON
- Vysokokapacitní RAID pole pro firmy
- Vysokorychlostní laserové tiskárny
- Plotry
- Apod.

3.5.1. Životní cyklus našich produktů



Životní cyklus výrobku

Doba po kterou zůstává náš výrobek na trhu, tedy doba od okamžiku, kdy se výrobek na trhu objeví po dobu, kdy je z trhu stažen. Předpokládáme, že u výpočetní techniky existuje vysoká pravděpodobnost úpadku, protože podléhá stále inovaci a zlepšování. Jiný předpoklad bude u části příslušenství (CD, DVD, kancelářské potřeby,

apod.), které nepodléhají tak rychle inovaci. Nejvýhodnější fází pro prodloužení je fáze zralosti, která přináší nejvyšší zisk. Budeme se tedy snažit tržní životnost prodloužit a to modifikací výrobku, modifikací trhu, modifikací marketingových nástrojů.

3.5.2 Cenová politika

Stanovení ceny

Musím stanovit takovou cenu, která umožní podniku určitý zisk a zároveň bude co nepřijatelnější pro zákazníka. Optimální cena pro podnik bude taková, která pokryje mzdové náklady, splátky úvěru a další náklady na provoz firmy. Budeme se snažit nastavit ceny zajišťující pro podnik dosažení zisku. Tento postup musíme aplikovat s ohledem na to, aby klient zboží koupil.

Cenová strategie

Vymezuje postup jak dosáhnou cílů v oblasti cen. Přikloním se k strategii orientované na unikátní vlastnosti vyráběného zboží a možnost vyšších cen, také se někdy přikloním k cenám konkurence.

Srážky z ceny – slevy

Budu odměňovat zákazníky za žádoucí chování.

Množstevní slevy – při větším odběru zboží sleva 1 ks.

Funkční slevy – poskytování distributorům a zprostředkovatelům.

Prodej na protiúčet – sleva, kterou budu poskytovat při vrácení staršího, použitého zboží, tzv. repasování výpočetní techniky.

3.6. Distribuční politika

Cílem je najít nejefektivnější prodejní cestu pro vlastní zboží. Tato cesta musí být maximálně výhodná pro zákazníka a také pro výrobce. Distribuci bude mít ve firmě za úkol jeden ze zaměstnanců společně s majitelem (má osoba). Distribuce bude zvyšovat hodnotu služeb. Služby budou poskytovat pouze ve své prodejně.

3.6.1 Propagace

Propagace je umyslné a nenásilné působení na člověka pomocí speciálních komunikačních prostředků s cílem informovat, ovlivňovat a přesvědčovat zákazníky o nákupu a je pevně spjata s komunikačním procesem. Máme v úmyslu nastavit propagaci jako jeden z našich nejúčinnějších stimulů pro nárůst klientely.

Reklama

Abychom jako firma fungovali, nestačí nám pouze kvalitní nabídka zboží a služeb a vyškolení zaměstnanci. Potřebujeme sofistikovaný způsob jak přesvědčit zákazníky, že firma plní jejich očekávání. K tomuto účelu nám bude sloužit reklama. Ta bude plnit funkce:

- *informativní*
- *přesvědčovací*

Reklamou chceme působit na cílový segment prostřednictvím:

- Tisku (regionální noviny Frýdecko-Míšecko, Frýdlantsko, obecní noviny jednotlivých uzemněsamosprávních celků)
- Internetu (internetová prezentace naší firmy, reklama na partnerských webových stránkách webových stránkách, webové stránky obcí, reklamní banner)

- Televize (TV Polar – regionální televize)
- Rozhlas (spot cca 20 vteřin v místním rádiu ČAS)

Podpora prodeje

Tato forma neosobní komunikace zahrnuje všechny prostředky vedoucí ke krátkodobému stimulování prodeje a podpoře efektivní práce absolutních mezičlánků.

PROSTŘEDKY :

- Otevření prodejny- Uspořádání soutěže o PC sestavu v hodnotě 15 000,-
- Poskytování darů a sponzorských darů elektrotechnické průmyslové škole, dále sponzorování plesů a bálů, odborné semináře.
- Chceme se účastnit místních veletrhů
- Poskytování slev při tzv. repasovém prodeji, výměna starších pc za nové s doplňkem apod.

3.7. Organizační plán

3.7.1 Popis podniku

Firma se jmenuje Kamil Šenk – IT&COM. Jsme firma zabývající se nákupem a prodejem zboží (výpočetní techniky a příslušenství) a poskytováním přílehlých služeb. Podnikáme tedy v oboru informačních technologií (dále jen IT) Podnikáme na základě živnostenského listu. Forma podnikání je OSVČ. Živnost je volná – specializovaný maloobchod.

Jediným a právoplatným vlastníkem firmy je Kamil Šenk, nerealizuje svůj podnikatelský záměr se společníky, ujímá se řízení firmy a odpovědnosti za ni.

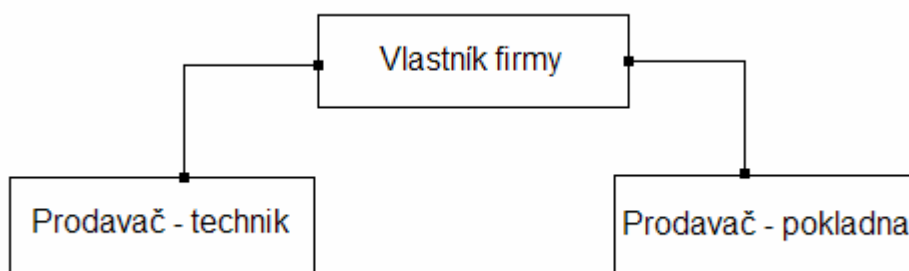
Při úpadku firmy je ručitelem Vladimír Vyhnálek. . Můj poskytnutý kapitál k rozjezdu firmy je 1 390 000 Kč, který je krytý úvěrem ve výši 890 000 Kč a vlastním vkladem 500 000 Kč. Prodejnu budu mít v pronájmu. Nájemné budu platit měsíčně

Naše prodejna(středisko) bude sídlit ve Frenštátě pod Radhoštěm, náměstí Míru 18, 744 01. Název prodejny bude IT&COM. Jedná se o centrum města, většina podniků centralizuje své pobočky právě zde, kvůli vysoké frekvenci zákazníků, snadné přístupnosti a snadné viditelnosti.

Na náměstí, kde je umístěna provozovna je málo parkovacích míst, ale vedle náměstí a pod náměstím jsou parkovací místa, které využívají zákazníci obchodů na náměstí, tudíž se nemusíme obávat, že kvůli nedostatku parkovacího místa přijdeme o klientelu. Předpokládáme, že nás budou navštěvovat zákazníci cíleně, ale také náhodní kolemjdoucí. Příjezdové komunikace pro dodavatele jsou na perfektní úrovni.

3.7.2 Organizace a řízení podniku

Organizační struktúra



Vlastník firmy - *Kamil Šenk* (Vlastník, ředitel, jednatel a účetní)

Prodavač technik - *Lubomír Mráz* (Technik, odborný poradce, prodavač)

Prodavač pokladna - *Michal Valach* (Prodavač, obsluha pokladny, evidence)

Při zahájení činnosti bude firma složená ze dvou zaměstnanců a podnikatele. Jedná se o plochou organizační strukturu, kde budou dva nižší stupně. Kdyby bylo podnikateli podřízeno více zaměstnanců, mohly by být na vedoucího vysoké nároky, ale v tomto případě by to měl vedoucí zvládnout. V tomto případě je tento způsob řízení podniku výhodný jak ekonomicky tak personálně a organizačně. Do budoucna však lze předpokládat zvýšení počtu zaměstnanců a složitější strukturu řízení.

Prostřednictvím kontroly se bude ověřovat, zda jsou rozdíly mezi skutečností a stanovenými cíly. Účelem kontroly bude zabránění a omezení různých chyb a nedostatků, vznikajících v průběhu provozu. Analyzováním výsledků kontroly bude možno tyto nedostatky odstranit, případně zabránit jejich vzniku do budoucna, což zvýší efektivitu provozu celého podniku.

Fáze kontrolního procesu

- -získání a výběr informací – přímým sledováním
- -ověření správnosti získaných informací – náležitosti dokumentů, oprávněný podpis, početní správnost hodnocení kontrolovaného procesu závěry a návrhy
- zpětná kontrola v případě nápravných opatření.

Hledisko	Druh kontroly	Forma kontroly
Místo	Přímá	Inventura, pochůzky po pracovišti, stav zásob v prodejně a ve skladu.
	Nepřímá	Hlášení zaměstnance.
Čas	Průběžná	Kontrola dodržování pracovní dohody. Dodržování pracovních podmínek pro zákazníky.
	Následná	Účetnictví.
Doba	Občasná	BÚ - výpisy, kontrola evidence, měsíční porady.
Rozsah	Komplexní	Rozbor zavádění nového výrobku, rozbor ročních výsledku.
	Dílčí	Výpočet efektivnosti investic. Rozsah poskytovaných služeb.

Firma bude tedy mít 2 zaměstnance. Tedy budou ve firmě 2 pracovní místa. U obou pozic se jedná o prodavače. Každý z nich bude mít jinou specializaci. Budeme požadovat alespoň středoškolské vzdělání s maturitou pro uchazeče. Ti se vzděláním v oboru budou upřednostněni.

3.7.3 Pracovně právní vztahy

Firma bude mít s každým se zaměstnanců uzavřenu řádnou pracovní smlouvu. Pracovní smlouva viz. (příloha č.)

Pracovní doba

Pondělí:	8:45 – 12:00	--	13:00 – 18:15
Úterý:	8:45 – 12:00	--	13:00 – 18:15
Středa:	8:45 – 12:00	--	13:00 – 18:15
Čtvrtek:	8:45 – 12:00	--	13:00 – 18:15
Pátek:	8:45 – 12:00	--	13:00 – 18:15

Zaměstnanci budou mít stanovenou „hodinovou mzdu“ 85,- Kč/hod. Výpočet mzdy uveden ve finančním plánu. Máme v úmyslu zaměstnance co nejvíce motivovat, tak aby jejich práce byla vynikající a uspokojující. Plánujeme využívat hned několik variant odměn, dávků a zaměstnaneckých výhod.

Zaměstnance budeme vybírat vypsáním výběrového řízení na pozici. Budeme inzerovat v tisku, na úřadu práce, na internetu. Vybírat budeme hlavně podle těchto kritérií, seřazené jsou podle důležitosti :

- Vzdělání (min. SŠ)
- Praxe (min. 2 roky v oboru)
- Celkový dojem (Vyjadřování, komunikativnost, upravenost)

3.7.4 Popis hlavní činnosti

Jak již bylo zmíněno, v prodejně se bude prodávat výpočetní technika a v souvislosti s ní budeme poskytovat odborné poradenství. V prodejně situované v centru města budou 2 zaměstnanci, jejichž úkolem bude obsluha prodejny. Jeden z prodavačů bude specializovaný na obsluhu pokladny, vedení evidence a v poradenství zákazníkům. Druhý bude odborný technik, starající se o kompletaci PC sestav, údržbu techniky v prodejně, reklamace a technické poradenství.

Když zákazník vstoupí do prodejny, prodavač ho obslouží a vysvětlí případné dotazy. V rámci toho zákazníkovi odprezentuje nabídkový katalog se zbožím. V případě, že zboží nebude skladem a zákazníkův zájem přesto bude dále přetrvávat, do

sjednaného termínu zboží objednáme a klient si jej následně vyzvedne. Pokud zboží bude v prodejně skladem, může si jej zakoupit ihned. Další alternativou bude omezený elektronický obchod, který budeme provozovat paralelně s kamennou prodejnou.

K nedostatku zboží může dojít jen u drahých specializovaných PC sestav, či u drahých serverů a multifunkčních zařízení. Od tohoto zboží budeme na prodejně uchovávat z jednoho druhu jen 1 kus, ve většině bude porodej tohoto sortimentu prováděn na objednávku, či přes internetový elektronický obchod.

Co se týče drobného zboží a klasického sortimentu, to bude na skladu v dostatečné míře (Zjistíme si Zc, Zoz)

Druhý prodavač – technik se bude zabírat sestavováním komponent, objednáváním zboží, reklamami a o elektronický obchod.

Majitel firmy, který bude zároveň vedoucím prodejny, se bude starat o účetnictví, objednávky a dodávky, provozní problémy, faktury, propagaci, reklamu a pod.

Provozní doba se bude od pracovní doby lišit o 30 min., z důvodu otevření a zavření prodejny, časového fondu potřebného pro přípravu.

Provozní doba

Pondělí: 9:00 – 12:00 -- 13:00 – 18:00

Úterý: 9:00 – 12:00 -- 13:00 – 18:00

Středa: 9:00 – 12:00 -- 13:00 – 18:00

Čtvrtek: 9:00 – 12:00 -- 13:00 – 18:00

Pátek: 9:00 – 12:00 -- 13:00 – 18:00

3.7.5 Pořízení majetku, zásobování

Prodejna bude vybavena prodejním proskleným pultem, 3 regály, jak rohové, tak stěnové. Dále bude použit otočný šroubový stojan prosklený, a nástěná police dřevěná. Na prodejním pultu bude počítač a kancelářské potřeby. Místnost technika bude vybavena dlouhým dřevěným pracovním stolem a jedním regálem, dále vybavením potřebným k servisní práci.

Majetek se bude postupně rozšiřovat o nové druhy. Firma bude využívat automobil majitele firmy, který ovšem nebude majetkem firmy, proto do evidence nepatří. V budoucnu ovšem bude třeba zakoupit firemní automobil.

Odpisy PC (Osobní počítač)

PC	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok
42 000 Kč	5 964 Kč	12 012 Kč	12 012 Kč	12 012 Kč

Počítač bude odepisován rovnoměrně v odpisové skupině jedna, bude odepisován čtyři roky. Roční odpisová sazba činí v prvním roce 14,2 a v dalších letech 28,6. Majetek nebude odepisován, bude dán po prvním roce do spotřeby. Pokud bude majetek opotřebovaný dojde k inovaci. Co se týče investování do majetku, není nutné.

Charakter sortimentu: Zboží bude dodavatel dodávat včas, tedy zboží občasně dodávky

Dodavatelé:

Naše firma má v plánu odebírat část zboží od firem *ATtech, s.r.o.* a *MOBcomp, a.s.*, kteří dovážejí zboží ze zahraničí a prodávají velkoobchodně, část sortimentu si budeme objednávat sami, ať už ze zahraničí nebo v rámci ČR. Dodavatel nám musí dodávat zboží, které potřebujeme a nabídnout nám výhodné smluvní podmínky.

3.7.6 Realizace prodeje

Naše prodejna bude „stacionární“, úzce specializovaná. Bude poskytován prodej s volným výběrem – optická nabídka, zákazník si sám vybere o co má zájem a rozhodne se, které zboží chce zakoupit. Prodejce poskytne klientovi pomoc při výběru, v případě potřeby vysvětlí funkčnost a vlastnosti výrobku. Nabídne klientovi možnost odzkoušení a prezentace. Zboží, které si zákazník bude chtít zakoupit a nebude k dispozici na skladě, lze objednat a do určité doby dodat. Skladem bude jen drobné zboží a několik prezentačních variant sestav a apod.

Manipulaci se zbožím bude provádět vždy jen prodavač. Tržbu na konci pracovního dne odevzdá prodavač vždy majiteli.

Pokud klient zakoupené zboží odnáší sám, zaplatí jej hned na místě. Pokud si jej nechá zavézt domů, sepíše kupní smlouvu a zboží zaplatí až při dodání a převzetí. Na zboží se vztahuje záruka dodavatelů, většinou 1-2,5 roku. U PC sestav poskytujeme ještě vlastní 1 letou záruku.

Zákazníci se budou moci pohybovat po prodejně volně, pokud si budou přát zakoupené zboží odvézt domů, nabízíme tuto službu jen omezeně pro velké a objemné zboží. V těchto případech využijeme auto majitele firmy. Ten zboží rozveze.

Realizace prodeje pomocí „elektronického obchodu“

Zákazníci si budou moci zakoupit náš sortiment také formou e-shopu (elektronický obchod). Ten bude zjednodušeně fungovat tak, že bude nabídka zboží, u výrobku bude uvedena fotografie a základní charakteristika zboží. Dále bude uvedena jeho cena bez DPH, včetně DPH, dostupnost zboží, a vývoj ceny výrobku. Pokud bude zboží skladem, doručí jej ČP (Česká pošta) do 3 pracovních dnů za poštovní poplatek, nebo si jej zákazník bude moci vyzvednout na pobočce. V případě, že zboží skladem není, ale je dostupné u dodavatele, objednáme jej a zhruba do 1 týdne jej klientovi doručíme. V případě, že výrobkem nedisponuje ani dodavatel, zboží si u něj předobjednáme, ale klientovi nemůžeme garantovat dobu dodání.

Označení prodejny

firemní štít bude upozorňovat na sortimenty zboží (příloha č.).

Vstupní prostor – v prodejně nebude oddělen vchod a východ, bude společný. Na dveřích vchodu, na viditelném místě bude uvedeno:

- a) obchodní jméno, sídlo, bydliště podnikatele
- b) jméno a příjmení osoby odpovědné za činnost provozovny
- c) prodejní doba

Výkladní skříň bude informovat o nabízeném zboží prodejny, průčelí prodejny bude upravené jako zaskleněné plochy.

3.7.7 Časový harmonogram

Před zahájením prodeje je třeba, aby byla prodejna zařízená a připravená. Tyto nezbytné kroky musíme uskutečnit včas a se vší pečlivostí. Je třeba, aby bylo v pořádku zboží, na skladě byla zásoba. Nutné je mít sepsané smlouvy se zaměstnanci a dodavateli.

Dalším nezbytným krokem je upozornit potencionální zákazníky, že se otevírá nová prodejna, aby si nás všimli a zvážili návštěvu. Proto potřebujeme na tyto potencionální klienty zapůsobit reklamou a propagací. Máme v plánu je zaujmout i nabídkou zvýhodněných cen a dárků.

Prodejna bude otevřena 2007.

Pevně věříme, že oblast informačních technologií má příznivou budoucnost. V budoucnu bychom chtěli rozšířit podnikání a zasáhnout více do elektronického obchodování. Doufáme v podporu z evropské unie a pro náš záměr uděláme maximum. Věříme v prosperitu našich plánů a proto si dáváme odvážný cíl dosáhnout v roce 2009 20% podílu na obchodu z výpočetní technikou v Novojičínském kraji.

3.8. Finanční plán – možnosti financování projektu

3.8.1. Startovací kapitál, potřeba úvěru

Do firmy vkládám osobní počítač (PC) v hodnotě 42 000,- Kč a dále hotovost ve výši 500 000,- Kč (Jedná se o soukromé prostředky, které majitel vkládá do firmy)

PC	42 000 Kč
Hotovost	500 000 Kč
Celkem	542 000 Kč

Dále do firmy vkládám majetek v hodnotě 30 000,- Kč, jedná se o část vybavení provozovny. Majetek bude dán v 1. roce do spotřeby.

PC	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok
42 000 Kč	5 964 Kč	12 012 Kč	12 012 Kč	12 012 Kč

Provozovna bude sídlit v prostorách, na které se majiteli podařilo získat výhodnou nájemní smlouvu. Majitelka, paní Ing. Jana Volohová, je rodinou přítelkyní majitele firmy a je v pokročilém věku. O prostory se nemůže již více starat a provádět údržbu. Pokud nejsou využity, nepřinášejí žádný užitek. Proto se paní Ing. Jana Volohová dohodla s firmou IT&COM na zvýhodněném nájemném 10 000,- Kč za 1 měsíc.

Dále poskytla firmě IT&COM opční právo k případnému odkupu nemovitosti.

	Měsíc	Rok
Nájemné	10 000 Kč	120 000 Kč
Reklama	7 000 Kč	84 000 Kč
Cestovné	3 000 Kč	36 000 Kč
Telefon, fax	2 000 Kč	24 000 Kč
Topení	1 250 Kč	15 000 Kč
Vodné	250 Kč	3 000 Kč
Poštovné	300 Kč	3 600 Kč
Energie	3 000 Kč	36 000 Kč
Celkové PN	26 800 Kč	321 600 Kč

Mzdové náklady

Zaměstnáváme 2 prodavače, jsou oceněni hodinovou mzdou 85,- Kč/hod. Směna bude 8 pracovních hodin a provozní doba 5 dnů v týdnu. Majitel firmy bude odměněn čistým hospodářským výsledkem firmy.

Hrubá mzda

8 hod * 21 dní * 85 Kč/hod = 14280 Kč

Hrubá mzda dvou zaměstnanců	342 720 Kč
Odvody na SaZ zabezpečení	119 952 Kč
Celkové mzdové náklady	462 672 Kč

343 720 * 0.35

Čistá mzda 2 zaměstnanců :

HM	14 280
ZP	-643
SP	-1143
ZD	12 494
<hr/>	
ZZD	12 494
Daň 19%	1 212 + 794
<hr/>	
- snížení daně	- 600
Daň celkem	1 406
Čistá mzda	11 088 Kč

Pojistné

$$11\,088 * 2 = 22\,176$$

$$22\,176 * 3 = 66\,528 \text{ Kč} * 0,0056 = \mathbf{373 \text{ Kč.}}$$

Předpokládané tržby

	<i>Den</i>	<i>Rok</i>
Tržby za zboží	60 000 Kč	15 000 000 Kč
Náklady na nákup zboží	48 000 Kč	12 000 000 Kč
Obchodní marže 20%	12 000 Kč	3 000 000 Kč

250
pracovních
dnů

Potřeba SK

PC	42 000 Kč	
Provozní náklady	26 800 Kč	
Vybavení	30 000 Kč	
Náklady na zboží	1 008 000 Kč	
Pojistná zásoba	240 000 Kč	(viz. výpočet)
Náklady os.	38 556 Kč	
Náklady ost.	5 000 Kč	
SK	1 390 356 Kč	
Peněžitý vklad	- 500 000 Kč	
Úvěr	890 356,-	Kč = 890 000 Kč

$$\text{Náklady na zboží (Ns)} = 21 \text{ dní} * 48\,000 \text{ Kč} = \mathbf{1\,008\,000,- \text{ Kč}}$$

$$\text{Pojistná zásoba (Zp)} = 5 \text{ dní} * 48\,000 \text{ Kč} = \mathbf{240\,000,- \text{ Kč}}$$

GE-Money Bank poskytne naší firmě podnikatelský úvěr ve výši 890 000,- Kč na dobu 5 let. Jedná se o úvěrový produkt pro investice. Úroková sazba je 9% p.a.

	Úvěr	Splátka	Úrok	Celkem bude splaceno
1. rok	890 000 Kč	178 000 Kč	80 100 Kč	
2. rok	712 000 Kč	178 000 Kč	64 080 Kč	
3. rok	534 000 Kč	178 000 Kč	48 060 Kč	
4. rok	356 000 Kč	178 000 Kč	32 040 Kč	
5. rok	178 000 Kč	178 000 Kč	16 020 Kč	
		890 000 Kč	240 300 Kč	1 130 300 Kč

3.8.2. Zásoba průměrná, ČN, Zásoba minimální a maximální

Cyklus dodávek bude v naší firmě 21 dnů.

Doba pojistné zásoby bude v naší firmě 5 dnů.

$$\text{ČN} = 21/2 + 5 = 15,5 \text{ dnů}$$

$$15,5 * 60\ 000 = 930\ 000,- \text{ Kč}$$

$$\text{Zmin} = 5 * 60\ 000 = 300\ 000,- \text{ Kč}$$

$$\text{Zmax} = 21 * 60\ 000 = 1\ 260\ 000,- \text{ Kč}$$

$$\text{Zásoba průměrná (Zc_)} = 300\ 000 + 1\ 260\ 000 / 2 = 780\ 000,- \text{ Kč}$$

3.8.3 Rozbor nákladů, fixní náklady a provozní náklady

- Provozní náklady

	<i>Měsíc</i>	<i>Rok</i>
Nájemné	10 000 Kč	120 000 Kč
Reklama	7 000 Kč	84 000 Kč
Cestovné	3 000 Kč	36 000 Kč
Telefon, fax	2 000 Kč	24 000 Kč
Topení	1 250 Kč	15 000 Kč
Vodné	250 Kč	3 000 Kč
Poštovné	300 Kč	3 600 Kč
Energie	3 000 Kč	36 000 Kč
Celkové PN	26 800 Kč	321 600 Kč

- Fixní náklady

	<i>Den</i>	<i>Rok</i>
DHDM	120 Kč	30 000 Kč
Nos.	1 851 Kč	462 672 Kč
Energie	144 Kč	36 000 Kč
Nájemné	480 Kč	120 000 Kč
Telefon	96 Kč	24 000 Kč
Nost.	240 Kč	60 000 Kč
Reklama	336 Kč	84 000 Kč
Cestovné	144 Kč	36 000 Kč
Topení	60 Kč	15 000 Kč
Vodné	12 Kč	3 000 Kč
Poštovné	15 Kč	3 600 Kč
Úrok	340 Kč	85 100 Kč
Splátka	712 Kč	178 000 Kč
FN 100%	4 550 Kč	1 137 372 Kč
ZISK 20%	910 Kč	227 475 Kč

Bod zvratu

$$BZ = FN + DHDM/1 - (VN/T) = 1\,137\,372 + 60\,000/1 - (12\,000\,000/15\,000\,000)$$

BZ =(zde si nejsem ještě jistý)

3.8.4 Hospodářský výsledek v 1. a v 2. roce podnikání

Aktiva		Pasiva	
PC	42 000 Kč	ZK	500 000 Kč
Zásoby	240 000 Kč	PC	42 000 Kč
BÚ	1 150 000 Kč	Úvěr	890 000 Kč
A =	1 432 000 Kč	P =	1 432 000 Kč

Náklady celkem 1. rok

PN	321 600 Kč
Nos.	462 672 Kč
Nost.	60 000 Kč
Odpis	5 964 Kč
DHDM	30 000 Kč
Úrok	80 100 Kč
Celkem	960 336 Kč

Hospodářský výsledek po 1. roce podnikání

Tržby		3 000 000 Kč
Náklady		- 960 336 Kč
HV před zdaněním	(T - N)	2 039 664 Kč
Sociální pojištění	(HV*0, 50*0,35)	- 356 941 Kč
Zdravotní pojištění	(HV*0, 50*0,135)	- 137 678 Kč
Základ daně	(HV - soc. poj. - zdrav. poj.)	1 545 000 Kč
Zdanitelný základ daně		1 545 000 Kč
Daň z příjmu FO	(- 7 200 sleva na dani)	442 428 Kč
HV po zdanění	(ZD - daň)	1 102 572 Kč
Splátka úvěru		- 178 000 Kč
Zisk		924 572 Kč
Zisk/1 měsíc		*77 050 Kč

Náklady celkem 2. rok

PN	321 600 Kč
Nos.	462 672 Kč
Nost.	60 000 Kč
Odpis	12 012 Kč
DHDM	30 000 Kč
Úrok	64 080 Kč
Celkem	950 364 Kč

Hospodářský výsledek po 2. roce podnikání

Tržby		3 000 000 Kč
Náklady		- 950 364 Kč
HV před zdaněním	(T - N)	2 049 636 Kč
Sociální pojištění	(HV*0, 50*0,35)	- 358 686 Kč
Zdravotní pojištění	(HV*0, 50*0,135)	- 138 350 Kč
Základ daně	(HV - soc. poj. - zdrav. poj.)	1 552 600 Kč
Zdanitelný základ daně		1 552 600 Kč
Daň z příjmu FO	(- 7 200 sleva na dani)	444 860 Kč
HV po zdanění	(ZD - daň)	c Kč
Splátka úvěru		- 178 000 Kč
Zisk		929 740 Kč
Zisk/1 měsíc		*77 480 Kč

Jak je na na výsledcích hospodaření vidět, tak podnik tvoří měsíční čistý zisk cca 80 000,- Kč. Jde o velice příznivý výsledek zapříčiněný snahou o maximální optimalizaci počátečních nákladů a o maximalizaci prodeje /tržeb/ podpořeného kvalitní propagační a reklamní kampaní. Podnik ovšem skoro neinvestoval, počáteční náklady byly částečně pokryty hotovostním vkladem a čerpaným úvěrem. Lze předpokládat, že při případných investicích do rozvoje v dalších letech bude nárůst zisku stagnovat. Neměl by se ovšem dostat pod stávající výši.

3.8.5 Rozvaha, Cash-flow, výkaz zisku a ztrát za 1. a 2. rok

Rozvaha 1. rok

Aktiva		Pasiva	
PC	42 000 Kč	ZK	500 000 Kč
Oprávk	- 5 964 Kč	PC	42 000 Kč
	36 036 Kč	Úvěr	712 000 Kč
Zásoby	240 000 Kč	HV z běž. obd.	1 102 572 Kč
BÚ	2 080 536 Kč		
A=		P =	
2 356 572 Kč		2 356 572 Kč	

Cash flow

Počáteční stav	1 150 000 Kč
2Tržby z prod.	15 000 000 Kč
Náklady	-12 000 000 Kč
Nos	-462 672 Kč
Nost	-60 000 Kč
DHDM	-30 000 Kč

PN	-321 600 Kč
Splátka	-178 000 Kč
Úrok	-80 100 Kč
S, Z, Daň	-937 047 Kč
	2 080 581 Kč

Rozvaha 2. rok

Aktiva		Pasiva	
PC	42 000 Kč	ZK	500 000 Kč
Oprávkky	- 5 964 Kč	PC	42 000 Kč
	-12 012 Kč	Úvěr	534 000 Kč
Celkem	<u>24 024 Kč</u>	HV z běž. obd.	1 102 572 Kč
Zásoby	240 000 Kč	HV v 2. roce	1 107 740 Kč
BÚ	3 022 288 Kč		
A=		P =	
	3 286 312 Kč		3 286 312 Kč

Cash flow

Počáteční stav	3 022 288 Kč
Tržby z prod.	15 000 000 Kč
Náklady	-12 000 000 Kč
Nos	-462 672 Kč
Nost	-60 000 Kč
DHDM	-30 000 Kč
PN	-321 600 Kč
Splátka	-178 000 Kč
Úrok	-64 080 Kč
S, Z, Daň	-941 896 Kč
	3 964 040 Kč

Výsledovka za 1. rok podnikání

Výsledovka 1. rok		
Energie	36 000	T 15 000 000
Cestovné	36 000	
Nájemné	120 000	
Odpis	5 964	
DHDM	30 000	
Úrok	80 100	
SP	356 941	
ZP	137 678	
Daň	442 428	
Reklama	84 000	
Nost.	60 000	
Nos.	462 672	
Nákl.zb.	12 000 000	
Vodné	3 000	
Poštovné	3 600	
Topení	15 000	
HV po zdaň.	1 102 572	
Telefon	24 000	
Celkem	15 000 000	

Výsledovka za 2. rok podnikání

Výsledovka 2 rok		
Energie	36 000	T 15 000 000
Cestovné	36 000	
Nájemné	120 000	
Odpis	12 012	
DHDM	30 000	
Úrok	64 080	
SP	358 686	
ZP	138 350	
Daň	444 860	
Reklama	84 000	
Nost.	60 000	
Nos.	462 672	
Nákl.zb.	12 000 000	
Vodné	3 000	
Poštovné	3 600	
Topení	15 000	
HV po zdaň.	1 107 740	
Telefon	24 000	
Celkem	15 000 000	

3.9. Finanční analýza

Rentabilita:

Kapitálu: Zisk/ Celkové pasiva

1. rok = $1\ 102\ 572 / 1\ 432\ 000 = 76,9\%$
2. rok = $1\ 107\ 740 / 2\ 356\ 572 = 47\%$

Cizího kapitálu: Zisk/Cizí kapitál

1. rok = $1\ 102\ 572 / 890\ 000 = 123,9,2\%$
2. rok = $1\ 107\ 740 / 712\ 000 = 155,6\%$

Vlastního kapitálu: Zisk/Vlastní kapitál

1. rok = $1\ 102\ 572 / 500\ 000 = 220,1\%$
2. rok = $1\ 107\ 740 / 500\ 000 = 221,54\%$

Tržba: Zisk/Tržba

1. rok = $1\ 102\ 572 / 15\ 000\ 000 = 7,35\%$
2. rok = $1\ 107\ 740 / 15\ 000\ 000 = 7,4\%$

Ukazatel návratnosti: Úvěr/Zisk + odpisy

$890\ 000 / 1\ 102\ 572 + 12\ 012 = 0,80 = 292$ dní

Ukazatel zadluženosti: CK/P

1. rok = $890\ 000 / 1\ 432\ 000 = 62,2\%$
2. rok = $712\ 000 / 2\ 356\ 572 = 30,2\%$
3. rok = $534\ 000 / 3\ 286\ 312 = 16,2\%$

Ukazatel finanční nezávislosti: VK/P

1. rok = $500\ 000 / 1\ 432\ 000 = 35\%$
2. rok = $500\ 000 / 2\ 356\ 572 = 21,2\%$

Ukazatel účinnosti: T/N

$$15\,000\,000 / 12\,000\,000 = \mathbf{125\%}$$

Ukazatel nákladovosti: N/T

$$12\,000\,000 / 15\,000\,000 = \mathbf{80\%}$$

Jelikož moje tržby jsou vyšší než 2 000 000 Kč. Budu plátcem DPH.

4. Návrh plánu financování a budoucí investice

Jako vstupní kapitál vkládám do firmy 500 000,- Kč a budu čerpat podnikatelský úvěr od GE money bank ve výši 890 000,- Kč. Startovací kapitál firmy tedy je 1 390 000,- Kč, který bude sloužit k pokrytí počátečních nákladů a nakoupení zásob.

SK (Startovací kapitál)

- Vklad hotvosti 500 000,- Kč
- Podnikatelský bankovní úvěr 890 000,- Kč

Počáteční rozvaha

- Aktiva – 1 432 000,- Kč
- Pasiva – 1 432 000,- Kč

Rozvaha v 1. roce podnikání

- Aktiva – 2 356 572,- Kč
- Pasiva – 2 356 572,- Kč

HV po zdanění - 1 102 572,- Kč

Čistý zisk / Irok - 924 572,- Kč

Rozvaha v 2. roce podnikání

- Aktiva - 3 286 312,- Kč
- Pasiva - 3 286 312,- Kč

HV po zdanění - 1 107 740,- Kč

Čistý zisk / Irok - 929 740,- Kč

Jak je na výsledcích hospodaření vidět tvoříme již v **prvním roce** reaktivně vysoký zisk. A protože jeho zdaněním bychom odvedli státu zbytečně velkou daň (cca 442 428,-Kč) Je vhodným řešením investice do rozvoje firmy, která daňový základ ovlivní.

Investiční činnost je zaměřena na obnovu a rozšíření dlouhodobého majetku podniku. V menší míře může jít i o investování do finančního majetku, přírůstek oběžného majetku, do reklamy a výchovy pracovníků

Rozhodování o investicích je typické tím, že jde o dlouhodobé rozhodování, kde je nezbytné uvažovat s faktorem času a rizikem změn po dobu přípravy i realizace projektu – jedná se o kapitálově náročné operace s horizontem rozhodování minimálně přes 1 rok, průměrně přes 5 až 10 let.

- Investicemi se ovlivňují provozní výsledky hospodaření velmi citelně na několik let dopředu (zisk, rentabilita, likvidita) – to vše dopadá na tržní hodnotu podniku.
- Dlouhý časový horizont způsobuje, že stoupá riziko správného odhadu budoucích peněžních příjmů i kapitálových výdajů
- Finanční stránkou investičního rozhodování podniku se zabývá kapitálové plánování a dlouhodobé financování. [6]

Metody hodnocení efektivnosti investic

Mezi nejpoužívanější metody stanovení efektivnosti podnikových investic v tržní ekonomice patří:

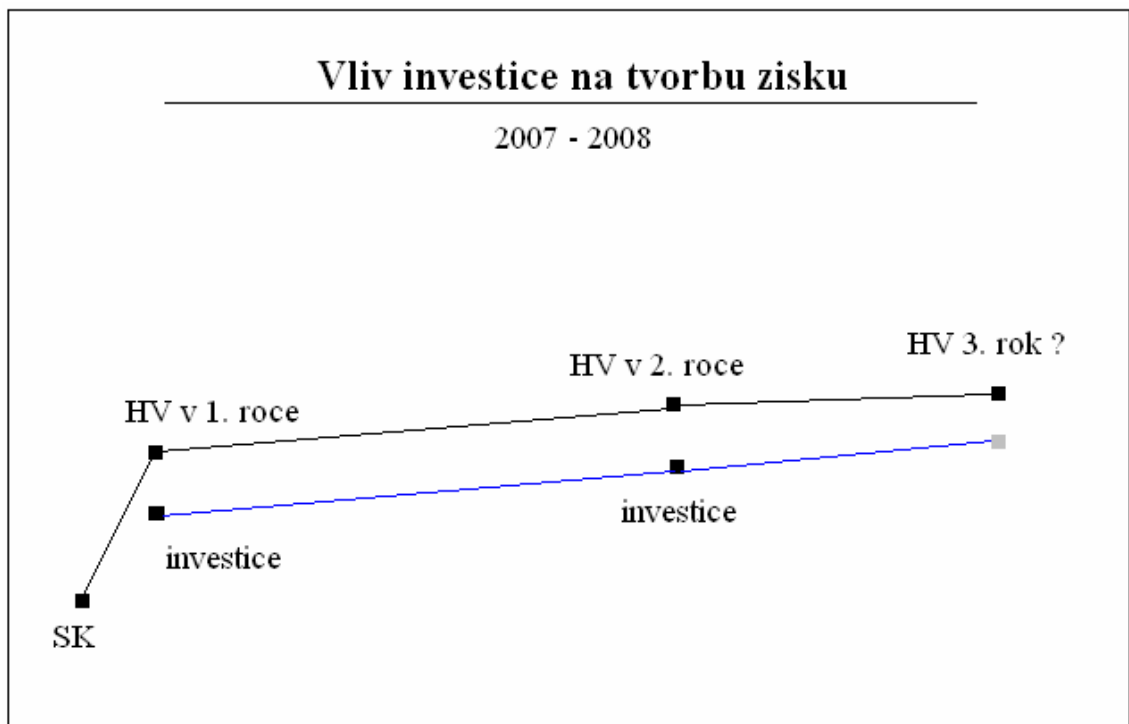
- Metoda čisté současné hodnoty
- Vnitřní míra výnosu
- Index ziskovosti
- Doba návratnosti

První dvě metody jsou teoreticky přesnější, poslední metoda je charakterizována jako méně vhodná, ale v praxi často používaná. [6]

4.1. Budoucí investice

Máme v plánu v prvním roce investovat část prostředků ze HV do nákupu DHM (dlouhodobého hmotného majetku). Zakoupíme osobní automobil Citroen Berlingo 1.9D / 51 KW v plné výbavě v hodnotě 469 000,- Kč. Investice bude uhrazena v plné výši z hospodářského výsledku. Automobil se bude odepisovat.

Dále v druhém roce zvážíme investici do vybavení provozovny, pravděpodobně nákup dalšího nezbytného vybavení a modernizace stávajícího zařízení.



4. Závěr

Bakalářská práce obsahuje informace o teoretickém i praktickém pozadí tvorby podnikatelského záměru. Jak již byl řečeno v úvodu, začátkem každého podnikatelského záměru je idea. Nápad, se snahou co nejvíce se přiblížit ideálu. V praktickém, „reálném“, světě nemáme šanci tohoto ideálu dosáhnout. Podnikatelské prostředí je vždy ovlivněno faktory, které nemůžeme předvídat, odhadnout a ovládnout. Co však můžeme udělat je připravit se maximálně pro tyto neočekávané situace tak, abychom mohli flexibilně reagovat a ochraňovat svůj kapitál. Ve své práci se snažím zkombinovat teoretické poznatky o tvorbě podnikatelského plánu s praktickou stránkou věci, abych v konečném důsledku dosáhl realizovatelného řešení.

V jednotlivých částech se zaměřuji na vysvětlení základních pojmů z oblasti tvorby podnikatelské strategie, přípravy podnikatelského záměru, realizace podnikatelského záměru a strukturálních fondů EU. V

V rámci vlastního řešení podnikatelského záměru vytyčuji hlavní strategie a cíle, analyzuji konkurenci a v neposlední řadě zhodnocuji rizika za pomoci klasických i moderních metod. Součástí vlastního řešení podnikatelského záměru je i organizační stránka podniku a způsoby financování pomocí tzv. „finančního plánu“.

Hlavním cílem této práce bylo vypracovat podnikatelský plán fiktivní firmy IT&COM, včetně návrhu organizačního uspořádání firmy a způsobu financování firmy. Nejednalo se o lehký úkol, neboť jsem nemohl vycházet z reálných údajů, ale musel je odvozovat a simulovat z okolí. Některé finální ukazatele rentability podniku tedy mohou vykazovat mírně optimističtější závěry a některé ukazatele naopak mohou být pesimističtější. Přesto si myslím, že mnou navrhnutý systém řešení podnikatelského záměru je v praxi proveditelný a s mírnými úpravami aplikovatelný na mnoho jiných podnikatelských ideí.

LITERATURA

1. CZECHINVEST. Jak napsat podnikatelský plán – elektronická kniha [online].[2007?]
[cit. 2007-5-20]. Dostupné z <[http:// www.czechinvest.org](http://www.czechinvest.org)>
2. FOTR.J. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. Praha:Grada.1995. 184s. ISBN
80- 85623-20-X
3. WUPPERFELD.U. Podnikatelský plán pro úspěšný start. Praha:Managment
Press.2003. 160s. ISBN 80-7261-075-9
4. FOTR.J. Příprava a hodnocení podnikatelských projektů. 1. vyd. Praha: VŠE. 1993.
164s ISBN 80- 7079-759-2
5. CZECHINVEST. Programy podpory 2007. [online].[2007?] [cit. 2007-5-20].
Dostupné z <[http:// www.czechinvest.org](http://www.czechinvest.org)>
6. FREIBERG, F. Finanční teorie a financování. 1. vyd. Praha: ČVUT, 1997. 214 s.
ISBN 80-01-01101-1

SEZNAM PŘÍLOH

1. Jednotný registrační formulář – živnostenská osoba
2. Přihláška k daňové registraci
3. Oznámení o zahájení samostatné výdělečné činnosti
4. Oznámení pojištěnce zdravotní pojišťovně
5. Žádost o výpis z rejstříku trestů
6. Pracovní smlouva I
7. Pracovní smlouva II
8. Mzdový výměr I
9. Mzdový výměr II