

ANALÝZA PODMÍNEK ZALOŽENÍ NOVÉHO PODNIKATELSKÉHO SUBJEKTU

Michaela Zapletalová

Bakalářská práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky

akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Michaela ZAPLETALOVÁ**
Osobní číslo: **M09149**
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a ekonomika**

Téma práce: **Analýza podmínek založení nového podnikatelského subjektu**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Literární rešerší zpracujte přehled jednotlivých činností spojených se založením podnikatelského subjektu.

II. Praktická část

- Provedte analýzy těchto činností a zhodnoťte jejich výsledky.
- Na základě výsledků analýz poskytněte doporučení budoucím podnikatelům.

Závěr



Rozsah bakalářské práce: **cca 40 stran**

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

FOTR, Jiří. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada, 1999. Manažer. ISBN 80-7169-812-1.

SYNEK, Miloslav a kol. Manažerská ekonomika. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007. Expert. ISBN 978-80-247-1992-4.

SYNEK, Miloslav, KISLINGEROVÁ, Eva a kol. Podniková ekonomika. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. Beckovi ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.

VEBER, Jaromír, SRPOVÁ, Jitka a kol. Podnikání malé a střední firmy. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2008. Expert. ISBN 978-80-247-2409-6.

WUPPERFELD, Udo. Podnikatelský plán pro úspěšný start. Praha: Management Press, 2003. Malé a střední podnikání. ISBN 80-7261-075-9.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Kateřina Hrazdilová Bočková, Ph.D.**

Datum zadání bakalářské práce: **2. dubna 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce: **18. května 2012**

Ve Zlíně dne 2. dubna 2012

prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka



doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlédnutí veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a použité informační zdroje jsem citovala;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 18.5.2012

Kapustalová

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Jako téma své bakalářské práce jsem si vybrala Analýzu podmínek založení nového podnikatelského subjektu. Práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou. Teoretická část je věnována popisu přehledu jednotlivých činností, jejichž splnění by mělo být spojeno se založením nového podnikatelského subjektu. V praktické části se zabývám analýzou těchto činností, na jejichž základě vznikne v závěru podnikatelský subjekt. Provedená analýza je východiskem pro následné navržení doporučení pro budoucí podnikatele.

Klíčová slova: podnikání, podnikatel, podnikatelský plán, společnost s ručením omezeným, finanční plán, živnostenské oprávnění

ABSTRACT

For the topic of my thesis, I have chosen the Analysis of the Conditions for a New Venture Creation. The thesis is divided into two parts, theoretical and practical. In theoretical part is devoted to the description an overview of each activity, whose fulfillment would be connected with establishment of a new business entity. The practical part contains an analysis of these activities, under which was created an enterprise in conclusion. This analysis is the basis for subsequent design recommendations for future entrepreneurs.

Keywords: business, entrepreneur, business plan, a limited liability company, financial plan, business licence

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Ing. Kateřině Hrazdilové Bočkové, Ph.D. za její cenné rady, připomínky a čas, který mi věnovala.

Dále bych ráda poděkovala svým blízkým a přátelům za jejich podporu, kterou mi poskytli během zpracovávání bakalářské práce.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 DŮVODY PODNIKÁNÍ	13
2 ROZHODOVACÍ PROCES	14
2.1 HODNOCENÍ SEBE SAMA	14
2.1.1 Proč chceme začít podnikat?	14
2.1.2 Máme k podnikání předpoklady?	14
2.1.3 Pomůcka rozhodovacího procesu.....	15
2.2 IDENTIFIKACE A ZHODNOCENÍ PŘÍLEŽITOSTÍ	16
3 VOLBA PRÁVNÍ FORMY	17
3.1 FYZICKÁ OSOBA	17
3.2 PRÁVNICKÁ OSOBA	17
3.2.1 Obchodní společnosti	17
3.3 ROZHODOVÁNÍ O PRÁVNÍ FORMĚ PODNIKÁNÍ	18
3.3.1 Způsob a rozsah ručení.....	19
3.3.2 Oprávnění k řízení.....	19
3.3.3 Počet zakladatelů.....	19
3.3.4 Nároky na počáteční kapitál.....	19
3.3.5 Administrativní náročnost založení a provozování podniku.....	20
3.3.6 Podíl na zisku či ztrátě	20
3.3.7 Finanční možnosti	21
3.3.8 Daňové zatížení	21
3.3.9 Zveřejňovací povinnost.....	21
4 PODNIKATELSKÝ PLÁN	22
4.1 ZÍSKÁNÍ FINANČNÍCH ZDROJŮ	23
5 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	25
5.1 TITULNÍ STRANA A OBSAH.....	25
5.2 EXEKUTIVNÍ SOUHRN	26
5.3 POPIS PODNIKU	26
5.4 PRODUKT	26
5.5 ANALÝZA PROSTŘEDÍ.....	27
5.5.1 Trh.....	27
5.5.2 Konkurence	27
5.5.3 Zákazníci	27
5.6 MARKETINGOVÝ PLÁN	27
5.7 OBCHODNÍ PLÁN.....	28
5.8 PERSONÁLNÍ ZDROJE	28
5.9 FINANČNÍ PLÁN	28
5.10 HODNOCENÍ RIZIK	29
5.11 PŘÍLOHY.....	29
6 ŽIVNOSTI	30
7 ZAKLÁDÁNÍ PODNIKATELSKÝCH SUBJEKTŮ	32

7.1	ZALOŽENÍ A VZNIK FYZICKÉ OSOBY	32
7.2	ZALOŽENÍ A VZNIK PRÁVNICKÉ OSOBY	32
7.3	VYDÁNÍ ŽIVNOSTENSKÉHO OPRAVNĚNÍ.....	34
II	PRAKTICKÁ ČÁST	37
8	METODIKA ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	38
8.1	CÍL PRÁCE	38
8.2	METODY ZPRACOVÁNÍ	38
8.3	OČEKÁVANÉ VÝSLEDKY	39
9	ROZHODOVACÍ PROCES.....	40
9.1	HODNOCENÍ SEBE SAMA	40
9.1.1	Proč chceme začít podnikat.....	40
9.1.2	Máme k podnikání předpoklady?	40
9.1.3	Výsledek rozhodovacího procesu	42
9.2	IDENTIFIKACE A ZHODNOCENÍ PŘÍLEŽITOSTÍ	42
10	VOLBA PRÁVNÍ FORMY	44
11	PODNIKATELSKÝ PLÁN	45
11.1	POPIS PODNIKU	45
11.1.1	Základní informace	45
11.1.2	Údaje o podnikatelích a vedení společnosti	45
11.1.3	Předmět a stručný charakter podnikání	46
11.1.4	Lokalita zvolená k podnikání	46
11.1.5	Způsob a struktura financování	46
11.2	EXEKUTIVNÍ SOUHRN	47
11.3	PRODUKT	48
11.4	ANALÝZA PROSTŘEDÍ	49
11.4.1	Trh	49
11.4.2	Konkurence	50
11.4.3	Zákazníci	52
11.5	MARKETINGOVÝ PLÁN	53
11.5.1	Marketingové cíle a strategie	53
11.5.2	Prodejní strategie podniku.....	53
11.5.3	Cenová politika a platební podmínky	54
11.5.4	Propagace	54
11.5.5	Distribuční politika.....	55
11.6	OBCHODNÍ PLÁN.....	56
11.7	PERSONÁLNÍ ZDROJE	58
11.8	FINANČNÍ PLÁN	58
11.8.1	Zakladatelský rozpočet.....	58
11.8.2	Informace o výdajích.....	59
11.8.3	Počáteční rozvaha.....	61
11.8.4	Úvěrové splátky	62
11.8.5	Hospodaření společnosti	63
11.9	HODNOCENÍ RIZIK	80
12	ZALOŽENÍ A VZNIK PODNIKU MEDOVÁ ZAHRADA, S.R.O.	83

13	VYDÁNÍ ŽIVNOSTENSKÉHO OPRAVNĚNÍ.....	84
14	DOPORUČENÍ.....	85
	ZÁVĚR	88
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	90
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	97
	SEZNAM OBRÁZKŮ	98
	SEZNAM TABULEK.....	99
	SEZNAM PŘÍLOH.....	101

ÚVOD

Název této bakalářské práce zní Analýza podmínek založení nového podnikatelského subjektu. Důvodem pro vybrání zmíněného tématu je především existence množství podnikatelských subjektů kolem nás, které musely nejdříve projít procesem svého vzniku, aby následně mohly vykonávat svoji činnost. Studium podmínek založení nového podnikatelského subjektu je zajímavé především z prvopočátku, kdy osoby, jež se chtějí podnikáním zabývat, musí splnit určité vhodné ba přímo nezbytné podmínky pro vstup do podnikání.

Cílem bakalářské práce je analyzovat podmínky založení nového podnikatelského subjektu a vytvořit návrh doporučení pro budoucí podnikatele.

Bakalářská práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. Teoretická část se zabývá zpracováním přehledu jednotlivých činností, které je vhodné či požadované, před založením podnikatelského subjektu, splnit. Jedná se o charakteristiku důvodů, které mohou vést k myšlence podnikat, dále o průchod tzv. rozhodovacím procesem, jehož výsledkem bude, zda máme k podnikání předpoklady a dobrou příležitost. Další kapitoly se týkají popisu volby právní formy, kterou podnikatelský subjekt bude mít, ale především podnikatelského plánu. Ten je velmi vhodné před začátkem podnikání vytvořit a zhodnotit tak realnost podnikatelské činnosti a předpokládanou úspěšnost. Poslední kapitoly teoretické části jsou věnovány charakteristice živností a způsobu zakládání (vzniku) podnikatelských subjektů, jakožto i vydávání živnostenského oprávnění.

Praktická část obsahuje analýzu činností spojených se založením nového podnikatelského subjektu, na základě kterých ve výsledku vznikne podnik. Je zde proveden průchod zmíněným rozhodovacím procesem, na bázi jehož závěrečného rozhodnutí (podnikat či nepodnikat), je následně zvolena právní forma podnikání a vytvořen podnikatelský plán, který bude pro podnik podkladem k vykonávání jeho činnosti. Dále praktická část obsahuje popis následného založení a vzniku podnikatelského subjektu a vydání živnostenského oprávnění.

Pro budoucí podnikatele budou v poslední kapitole praktické části navržena doporučení, kterými by bylo dobré se, při zakládání nového podnikatelského subjektu, nechat vést.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 DŮVODY PODNIKÁNÍ

Dle Obchodního zákoníku se podnikáním rozumí „*soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.*“ (Československo, 1991)

Důvodů vedoucích k podnikání může být nepřeberné množství, ovšem těmi nejčastějšími jsou:

- Finanční (nezaměstnanost, nízká mzda, chuť zbohatnout aj.),
- společenské (získat uznání od ostatních, dostat se do jiné společenské vrstvy aj.),
- služba veřejnosti (zlepšit ekonomickou situaci, vytvořit pracovní příležitosti aj.),
- myslet na budoucnost (strach ze ztráty zaměstnání, zaopatření dětí a budoucích generací aj.),
- naplnit své tužby (využití schopností, něčeho dosáhnout aj.),
- seberealizace (realizovat se v tom, co nás baví),
- samostatnost a nezávislost,
- časová flexibilita (být pánem svého času),
- využít příležitosti, nápadu (pronájem získané nemovitosti, objevení mezery v trhu, rodinné podnikání, tiché podnikání aj).

(ipodnikatel.cz, 2011; Morávek, 2010)

2 ROZHODOVACÍ PROCES

Předtím, než začneme o podnikání uvažovat vážně, je dobré projít si tzv. rozhodovacím procesem. Koráb a Mihalisko (2005), uvádějí aspekty rozhodovacího procesu založení vlastního podniku v tomto sousledu:



Obrázek 1 Aspekty rozhodovacího procesu (Koráb a Mihalisko, 2005, s. 10)

2.1 Hodnocení sebe sama

V prvním kroku je potřeba zamyslet se nad některými důležitými hledisky a to proč chceme začít podnikat a zda k tomu máme předpoklady. (ipodnikatel.cz, 2011)

2.1.1 Proč chceme začít podnikat?

Zodpovězení této otázky a uvědomění si našich důvodů, přání a cílů je velmi důležité, s ohledem na určení síly motivace a odhodlání k podnikání. Čím jsou naše důvody významnější, tím silnější a trvanlivější je i naše motivace, díky které pak lépe překonáváme počáteční nástrahy podnikání. Motivace také současně zabezpečuje naše dlouholeté snažení dostat se k vysněnému cíli, ochotu podstupovat rizika a přinášet oběti. Je jedním z předpokladů úspěchu začínající firmy. (ipodnikatel.cz, 2011; Hampl, 2012)

2.1.2 Máme k podnikání předpoklady?

Předpoklady k podnikání, jsou jakési vlastnosti, díky kterým může být podnikatel ve vykonávání podnikatelské činnosti úspěšnější. (podnikatel.cz, 2011; Koráb a Mihalisko, 2005)

Podnikatelem podle Obchodního zákoníku je:

„a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,

b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,

c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,

d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána v živnostenském rejstříku podle zvláštního předpisu.“ (Československo, 1991)

Albert Shapero roku 1975 definoval podnikatele takto:

„Podnikatel přebírá iniciativu, organizuje sociální a ekonomické mechanismy, a akceptuje riziko neúspěchu.“ (Hisrich a Peters, 2002, s. 7)

Obecnými vlastnostmi, kterými může být úspěch v podnikání podpořen, je cílevědomost, sebevědomí, schopnost vyrovnávat se s rizikem a stresem, pracovitost a trpělivost, podnikavost, schopnost předvídat, flexibilita, rozhodnost, organizační schopnosti, zodpovědnost, komunikativnost a především vytrvalost. Výhodou je i charisma a schopnost využít příležitostí. (Veber, Srpová a kol., 2008; Morávek, 2010)

Je samozřejmé, že v cestě k podnikání nestojí nic ani těm, kterým nějaká tato vlastnost schází. V podstatě stačí mít zdravý selský rozum a snažit se dát zákazníkovi to, co chce. Některé dovednosti nebo vlastnosti lze získat jejich rozvíjením nebo procvičováním. Existují nabídky různých kurzů, které se na toto rozvíjení zaměřují, například na webových stránkách společnosti www.reliant.cz, jež se zabývá vzděláváním a poradenstvím. Zmíněné kurzy se týkají získání kupříkladu prezentačních či komunikačních dovedností apod. (Vencl, 2011; Reliant, 2012)

2.1.3 Pomůcka rozhodovacího procesu

Pokud si nejsme jistí našimi předpoklady, nebo i z jiných důvodů, je dobré si v tomto rozhodovacím procesu provést SWOT analýzu sama sebe, tedy analýzu našich silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Příhodné je také sepsat si výhody a nevýhody podnikatelské činnosti a zaměstnaneckého poměru, porovnat je a následně se rozhodnout, která činnost pro nás bude více vyhovující. (Veber, Srpová a kol., 2008)

Všechny zkušenosti, dovednosti a potřebné znalosti se dají posbírat i tzv. „cestou“. Šanci začít podnikat má každý, a pokud bude chtít, může vybudovat úspěšnou firmu. (Morávek, 2010)

2.2 Identifikace a zhodnocení příležitostí

Jünger (2007, s. 38) charakterizuje příležitosti takto:

„Příležitosti jsou služby, které jiní lidé chtějí, nebo potřebují a které zrovna teď nejsou poskytovány, přinejmenším neadekvátně a nedostatečně.“

„Tento krok je tím nejtěžším krokem. Většina dobrých podnikatelských příležitostí se totiž neobjevuje znenadání, ale vyplývají z podnikatelovy dovednosti takové příležitosti vyhledávat a věnovat se jim.“ (Koráb a Mihalisko, 2005, s. 10)

Tyto příležitosti nestačí pouze vyhledávat, ale sám podnikatel by je měl vytvářet svými nápady. Příležitost existuje jen v určitém čase a podnikatel, pokud ji včas identifikuje, musí bez ohledu na množství času a náročnost vyhodnotit, jak velké je „okno“ této příležitosti. Tedy zda, kdy a jak bude moci například vstoupit na trh s novým výrobkem. Příležitosti se objevují díky měnícím se okolnostem na trhu. (Jünger, 2007; Koráb a Mihalisko, 2005)

Jejich zdrojem mohou být zákazníci, obchodní partneři, aktéři distribučního kanálu, výzkum a vývoj či vláda. Je také možné je vyhledávat v tisku či na internetu. Pokud postřehneme nějakou zajímavost, je příhodné si ji zaznamenat a poté provést vyhodnocení. (Koráb a Mihalisko, 2005; Jünger, 2007)

Kritérii pro vyhodnocení příležitosti jsou její:

- *„Výhody a další možné přínosy,*
- *náklady,*
- *rizika a další možné ztráty.“* (Jünger, 2007, s. 44)

„Dále je třeba zhodnotit reálnou životaschopnost tohoto podnikatelského nápadu a jeho možné uplatnění na trhu.“ (Srpková, Řehoř a kol., 2010, s. 55)

Některé webové stránky tyto příležitosti shromažďují, aby se případní budoucí podnikatelé mohli inspirovat. Jako například internetový portál www.ipodnikatel.cz, který v sekci „Burza nápadů a kapitálu“ uvádí těchto příležitostí k podnikání rovnou několik. (ipodnikatel.cz, 2011)

3 VOLBA PRÁVNÍ FORMY

Před zahájením podnikání je důležité zvolit vhodnou právní formu subjektu, která do budoucna určuje vztah podniku k okolí, přístup k finančním zdrojům a rozměry podnikatelských aktivit. Podnikat lze jako fyzická či právnická osoba. (Zámečnick, Tučková a Novák, 2010)

3.1 Fyzická osoba

Fyzická osoba (živnostník, dále jen FO) je jednotlivec podnikající na základě živnostenského či jiného oprávnění. Ve spojení se zákonem o daních z příjmu, správou sociálního zabezpečení a zdravotní pojišťovnou, je pro FO používán termín osoba samostatně výdělečně činná. Podnikání živnostníka je upraveno živnostenským zákonem (Zákon č.455/1991 Sb., o živnostenském podnikání). (Zámečnick, Tučková a Novák, 2010; Jak podnikat, 2011)

3.2 Právnická osoba

Právnickou osobou (dále jen PO) je společenství osob, založené za účelem podnikání. PO podnikají též na základě živnostenského či jiného oprávnění, ale musí být zapsány v Obchodním rejstříku (dále OR).

„Obchodní rejstřík je veřejný seznam, do kterého se zapisují zákonem stanovené údaje týkající se podnikatelů nebo organizačních složek jejich podniků, o nichž to stanoví zákon.“ (Švarcová a kolektiv, 2008, s. 61)

Podnikání PO je upraveno Obchodním zákoníkem (Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník), pokud se tedy druh činnosti neupravuje zvláštními zákony (zákony o bankách, pojišťovnách apod.). Její činnost je zároveň upravena i živnostenským zákonem. (Švarcová a kolektiv, 2008; Veber, Srpová a kolektiv, 2008)

3.2.1 Obchodní společnosti

Obchodní společnosti jsou zakládány FO nebo PO (společnost mohou založit například dva živnostníci, nebo tři akciové společnosti atd.). (Švarcová a kol., 2008)

Druhy obchodních společností:

1. *„Osobní společnosti*

- *veřejná obchodní společnost, zkratka veř. obch. spol. nebo v.o.s.;*

- *komanditní společnost, zkratka kom. spol. nebo k. s.*
- 2. *Kapitálové společnosti*
 - *společnost s ručením omezeným, zkratka spol. s r.o. nebo s.r.o.;*
 - *akciová společnost, zkratka akc. spol. nebo a.s.*
- 3. *Družstva (méně častá právní forma v podnikatelské činnosti).“*

(Srpková, Řehoř a kol., 2010, s. 68)

Dalšími obchodními společnostmi jsou státní podniky, evropské hospodářské zájmové sdružení, evropská společenství, evropská družstevní společnost a ostatní. (Synek a kol., 2007)

Vztahy mezi podnikateli jsou upravovány Obchodním zákoníkem a platí jak pro PO, tak pro FO, stejně jako živnostenský zákon, který vymezuje podmínky živností. Pokud však v nich nelze vyhledat řešení, nabízí se Občanský zákoník (Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník), který je normou obecnou a lze v něm nalézt i vymezení FO a PO. Dále se podnikatelé řídí například Zákonem práce (Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce), daňovými zákony (Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů) atd. (Švarcová a kol., 2008)

3.3 Rozhodování o právní formě podnikání

Učinit toto rozhodnutí nám pomůže zamyslet se nad několika faktory, které jsou pro právní formu charakteristické a to:

1. *„Způsob a rozsah ručení (podnikatelské riziko),*
2. *oprávnění k řízení, tj. zastupování podniku navenek, vedení podniku, možnost spolurozhodování apod.,*
3. *počet zakladatelů,*
4. *nároky na počáteční kapitál,*
5. *administrativní náročnost založení a provozování podniku,*
6. *podíl na zisku (ztrátě),*
7. *finanční možnosti, zvláště přístup k cizím zdrojům,*
8. *daňové zatížení,*
9. *zveřejňovací povinnost. “ (Kislingerová, 2010, s. 3)*

Dále je vhodné také zohlednit obor činnosti a předpokládaný rozvoj podniku. (Štrejt, 2007)
O právní formě podnikání může být rozhodováno i po sestavení podnikatelského záměru, kdy by mělo být zřetelnější, jaká bude zvolena. Volba právní formy není nevratná, ale je to náročný proces transformace. Přeměny právních forem jsou uvedeny v Obchodním zákoníku. (Srpková, Řehoř a kol., 2010; Synek, 2011)

3.3.1 Způsob a rozsah ručení

Jedná se o způsob a rozsah ručení podnikatele za vzniklé závazky či neúspěchy. Rozlišuje se mezi ručením omezeným (společníci vkládají vklad, do jehož výše ručí – s.r.o., komanditisté v k.s.) a neomezeným (ručení celým majetkem i osobním – FO, v.o.s., komplementáři v k.s.). Společníci v akciové společnosti a družstvu za závazky neručí. Společnost jako taková ručí vždy celým svým majetkem (majetek, který vlastní společnost jako PO). (Synek a kol., 2007; Švarcová a kol., 2008; Srpková, Řehoř a kol., 2010)

3.3.2 Oprávnění k řízení

Týká se vedení podniku, jeho zastupování atd. V některých případech je toto ponecháno na majitelích (FO, v.o.s., k.s.), v jiných se musí ustanovit orgány a jejich kompetence (s.r.o., a.s., družstvo). Jedná se o řídicí orgány, nejvyšší a kontrolní. (Kislingerová, 2010)

3.3.3 Počet zakladatelů

Toto kritérium je v každé zemi stanoveno jinak. Záleží jen na podnikateli, zda chce podnikat sám, či chce mít společníky. FO je jeden zakladatel. Osobní společnosti jsou zakládány minimálně 2 osobami (PO, FO či dvě FO). U k.s. musí být jeden komanditista a jeden komplementář. Kapitálové společnosti mohou mít jednoho zakladatele. U s.r.o. to může být FO i PO, maximální počet společníků je však 50. U a.s. tento jeden zakladatel může být pouze PO, jinak musí mít 2 a více zakladatelů (počet neomezen). Družstva zakládá alespoň 5 FO nebo 2 PO, ovšem konečný počet osob je neomezen. (Švarcová a kol., 2008; Synek, 2011)

3.3.4 Nároky na počáteční kapitál

Některé právní formy mají ze zákona definován počáteční kapitál (základní kapitál) potřebný pro založení podniku. FO nepotřebuje žádný počáteční kapitál. V rámci osobních společností, v.o.s. nepotřebuje též žádný kapitál, ale u k.s. je tvořen ve výši vkladu komanditistů (minimálně 5 000 Kč). U kapitálových společnostech tvoří s.r.o. základní

kapitál z vkladů společníků (minimálně 200 000 Kč) a a.s. akciemi, jejichž hodnota je alespoň 2 miliony Kč bez veřejné nabídky akcií a 20 milionů Kč s veřejnou nabídkou akcií. Družstva tvoří základní kapitál členskými vklady v hodnotě nejméně 50 000 Kč. (Kislingerová, 2010; Švarcová a kol., 2008)

3.3.5 Administrativní náročnost založení a provozování podniku

„Je spojena s úpravou podmínek, za kterých podnik vzniká“. (Kislingerová, 2010, s. 11)

FO – její založení je jednoduché, „levné“ a administrativně nenáročné, proto je vhodná pro podnikatele začátečníky. Založení a současně vznik spočívá pouze v ohlášení se na příslušném živnostenském úřadě formou jednotného registračního formuláře (dále JRF), čímž současně podá návrh na vydání živnostenského oprávnění. Pokud se jedná o provozování živnosti, FO může vést pouze zjednodušenou daňovou evidenci. (Dopredu.cz, 2010)

PO – jejich založení je administrativně náročnější. Budoucí podnikatel musí nejprve společnost založit společenskou listinou či, v případě jednoho společníka, zakladatelskou smlouvou. Poté je nutno podat návrh na vydání živnostenského oprávnění na místně příslušném živnostenském úřadě a po zápisu do OR společnost vzniká. Nejsložitější je založení akciové společnosti. Provozování podniků ve formě PO je náročnější než ve formě FO. (Kislingerová, 2010)

3.3.6 Podíl na zisku či ztrátě

„Míra rizika podnikatele je úměrná jeho účasti na zisku (ztrátě).“ (Synek, 2011, s. 4)

FO může celý výnos využít pro vlastní potřeby. U osobních společností je zisk (ztráta) rozdělován dle vkladů, či rovným dílem pokud nestanoví společenská smlouva jinak. U kapitálových společností a družstev je zisk rozdělován stanovenými orgány, jako je valná hromada či členská schůze a to podle poměru vkladů jednotlivých společníků k základnímu kapitálu, kromě a.s. kde je zisk přidělován rozhodnutím valné hromady. Ztráta je kryta z vkladů společníků, mimo a.s. a družstev, kde společníci neručí za ztrátu. Kapitálové podniky musí ze zisku vytvářet rezervní fondy v zákonem stanovené výši, stejně tak družstva. (Švarcová a kol., 2008; Zámečník, Tučková a Novák, 2010; Dopredu.cz, 2010; Středoevropské centrum pro finance a management, 2005)

3.3.7 Finanční možnosti

„Jedná se zvláště o možnosti zvýšení, eventuálně snížení vlastního kapitálu a o přístup ke kapitálu věřitelů. Úvěrové možnosti jednotlivých právních forem se značně liší.“
(Kislingerová, 2010, s. 12)

FO má obtížný přístup ke kapitálu. Nemusí mít takovou majetkovou základnu jako PO a i když ručí celým majetkem, nevyvolává v investorech tolik důvěry jako společnosti se základním kapitálem a peněžními vklady. PO jsou navíc transparentní, proto celkově mají vhodnější podmínky pro získání kapitálu věřitelů. (Dopredu.cz, 2010; Zámečník, Tučková a Novák, 2010)

3.3.8 Daňové zatížení

Při volbě právní formy podnikání je daňové zatížení důležitým faktorem z hlediska přímých a nepřímých daní. Přímé daně se týkají daně z příjmu:

- Fyzických osob (15%) u živnostníků, v.o.s., u komplementářů,
- právnických osob (19%) u komanditistů, s.r.o., a.s.,
- dále daní z nemovitostí, daní dědických, darovací a z převodu nemovitostí.

Nepřímé daně se týkají daní z přidané hodnoty, daní spotřebních, silničních apod.

(Marková, 2012; Synek, 2011; Srpová, Řehoř a kol., 2010)

3.3.9 Zveřejňovací povinnost

Zveřejňovací povinností se rozumí povinnost společnosti publikovat rozvahu, výkaz zisků a ztrát, přílohy či výroční zprávy. Zveřejňování hospodářských výsledků je často pro podnik nepříjemné, slouží však k ochraně věřitelů a investorů a je tedy v širším zájmu veřejnosti. Tuto povinnost mají všechny subjekty zapsané v OR, tedy všechny PO. Ty jsou současně zapsány v Živnostenském rejstříku, který má pouze funkci evidenční. FO je vedena pouze v Živnostenském rejstříku, v OR nemusí být zapsána. (Švarcová a kol., 2008; Kislingerová, 2010)

4 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Podnikatelský plán je dokument, díky jehož sestavení získáme informace o tom, co nás jako podnik čeká, jak se dostaneme tam, kam směřujeme a jaké množství finančních prostředků budeme k výkonu naší činnosti potřebovat. Dále dostaneme údaje o nákladech, výnosech, zákaznících, konkurentech a také o výrobku a o důvodech k jeho možné koupi zákazníky. Pokud je sestaven kvalitně, poukáže na rizika a problémy, které se mohou před začátkem podnikání objevit, ale především zhodnotí reálnost projektu. Je vhodné jej sestavit i na několik měsíců či let dopředu. (IDE, 2008 - 2012; Kuchař, © 2009)

Tato sestava informací a údajů o podnikatelské činnosti neslouží pouze pro vnitropodnikové potřeby manažerů či vlastníků, ale hraje také svoji roli při získávání cizího kapitálu (od bank, investorů apod.) či případně při ucházení se o některý druh níže zmíněných podpor nebo dotací. (Fotr a Souček, 2005; Srpová, Řehoř a kol., 2010)

Vytváří se nejen pro podnik nový, ale i pro podnik, který funguje již delší dobu. V tomto případě slouží pro kontrolu stanovených cílů či pro získání nových finančních zdrojů. V průběhu života podniku prochází podnikatelský plán častými změnami. Jeho tvorba není jednoduchá, ale je důležitá pokud chceme, abychom byli připraveni na podnikatelskou činnost a dosáhli úspěchu. (Koráb a Mihalisko, 2005; Veber, Srpová a kol., 2008)

Kuchař (© 2009), autor článku „Pět pravidel pro podnikatelský plán“, uvádí pět rad, jak napsat dobrý podnikatelský plán:

1. *„Nepřeceňujte svůj nápad a nezveličujte odhady a to zejména při odhadech prodeje, tržeb a zisků.*
2. *Nepodceňujte počáteční náklady, protože rozjezd podnikání je často nákladnější, než počítáte, výdaje se rychle nashromáždí, takže pro jistotu je dobré mít finanční rezervu.*
3. *Neudělejte přehnaný odhad růstu podniku, raději počítejte s horším scénářem než s příliš optimistickým, abyste poté nebyli nepříjemně překvapeni neúspěchem. Nebo s variantami od pesimistické po optimistickou.*
4. *Vezměte do úvahy konkurenci, kdo jsou vaši konkurenti, jaké jsou jejich výhody a jaké naopak Vaše. Nespoléhejte na to, že máme něco, co nikdo jiný nemá.*
5. *Uvedte detaily, buďte konkrétní, stejně jako obecné údaje o podnikání je důležité vše promyslet do podrobností a konkrétních detailů.“*

V publikaci „Jak napsat podnikatelský plán“, hovoří její autor Michael Prokop (2005) o tom, že podnikatel by měl mít připraven několik forem tohoto plánu, a to od té jednodušší až po formu složitější. Jednodušší forma se ani netýká dokumentu, ale spíše pár vět, díky kterým může podnikatel kdykoli a komukoli objasnit své záměry. Forma složitější se nachází v podobě mnohastranného dokumentu, kde jsou popsány veškeré detaily týkající se podnikatelského záměru.

4.1 Získání finančních zdrojů

Při úvaze nad podnikáním vždy vyvstane otázka, kde zajistit potřebné finanční zdroje pro start podnikání. Obecně známou věcí je, že první léta svého života je podnik víceméně ztrátový, proto je nutné někde získat kapitál, který společnosti pomůže tyto počáteční finanční neúspěchy překonat. (Koráb a Mihalisko, 2005)

Podnikatelé mohou svou činnost hradit z vlastních zdrojů, ať už mají našetřené peníze, či zdědili nějakou sumu. Obvykle tyto zdroje ale nestačí a je potřeba se porozhlédnout po tzv. cizích zdrojích. Možnosti jsou různé, například vzít si úvěr u banky, zaujmout nějakého investora, využít leasingu, zúčastnit se soutěží či vyhledat si tzv. tichého společníka, který do podniku vloží svůj kapitál. (Krauseová a kol., 2007)

Existují, ale i možnosti jako je využití finančních programů podpory podnikání či podpory malého a středního podnikání z úrovně Evropské unie. Tyto organizace nabízejí různé druhy pomoci, jako jsou například záruky za bankovní úvěry pro začínající podnikatele, zvýhodněné úvěry, příspěvky, dotace, využití fondů EU, podpory Evropské investiční banky apod. (Veber, Srpová a kol., 2008)

Některé z programů poskytující finanční podporu jsou:

- Program START – podpora podnikatele ve formě bezúročného úvěru či zvýhodněné záruky s finančním příspěvkem.
- Program TRH – poskytuje bezúročný úvěr.
- Program JEREMIE – zabývá se zlepšením přístupu firem k finančním zdrojům ve formě Venture kapitálových fondů (vstup investora do podniku navýšením jeho základního kapitálu), Business angels (movití investoři), záruky za půjčky.
- Program PROGRES – podpora ve formě podřízených úvěrů.

(Šebková, © 2012; Veber, Srpová a kol., 2008)

Informace o těchto uvedených programech lze najít například na webových stránkách CzechInvestu, agentury pro podporu podnikání, dále na stránkách Ministerstva průmyslu a obchodu, Businessinfa či na webových stránkách společnosti RPIC-Vip s.r.o. apod. (CzechInvest, © 1994–2012; Ministerstvo průmyslu a obchodu, © 2005; Businessinfo.cz, © 1997-2011; Rpic-vip, © 2007)

Tyto organizace neposkytují jen finanční podporu, ale zabývají se také poskytováním poradenských, informačních služeb, právních konzultací, služeb vedení účetnictví či daňového poradenství, školením podnikatelů a mnohými dalšími druhy pomoci a podpor pro rozvoj podnikání. (Veber, Srpová a kol., 2008)

5 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

Struktura podnikatelského plánu není závazná, každý podnikatel si ji vytvoří podle svého, ovšem musí obsahovat tytéž základní informace. Možná struktura podnikatelského plánu je takováto:

1. Titulní strana
2. Obsah
3. Exekutivní souhrn
4. Popis podniku
5. Produkt
6. Analýza prostředí
7. Marketingový plán
8. Obchodní plán
9. Personální zdroje
10. Finanční plán
11. Hodnocení rizik
12. Přílohy

(Koráb, Režňáková a Peterka, 2007; Veber, Srpová a kol., 2008)

5.1 Titulní strana a obsah

Titulní strana podnikatelského plánu by měla obsahovat tyto informace:

- Název podnikatelského plánu,
- jména autorů plánu, zakladatelů, klíčových osob či kontaktních osob s kontakty,
- obchodní název podniku, popřípadě jeho logo, sídlo podniku, datum založení apod.

(Srpová, Svobodová, Skopal a Orlík, 2011)

Dále by zde měl být uveden obsah celého plánu pro přehlednost a rychlou orientaci.

5.2 Exekutivní souhrn

V této části by mělo být jasně, stručně a výstižně zachyceno to nejpodstatnější z podnikatelského plánu a to jaký je předmět podnikání, záměry a cíle podniku, v čem se nachází jeho konkurenční výhoda, nastínění způsobu financování a současná finanční situace společnosti. Na základě tohoto souhrnu se budoucí investoři rozhodují, zda je pro ně projekt zajímavý a zda se jím budou zabývat hlouběji či ne. Je lepší ho vypracovat až po dokončení celého podnikatelského plánu. (IDE, 2008 - 2012; Wupperfeld, 2003; Srpová, Svobodová, Skopal a Orlík, 2011)

5.3 Popis podniku

V této části by měla být provedena charakteristika podniku, aby si o něm investor mohl vytvořit svoji představu. (Koráb a Mihalisko, 2005)

Mělo by zde být popsáno:

- Základní informace o společnosti, jejím sídle a provozovně, dále o právní formě podnikání, datu založení atd.,
- údaje o podnikatelích/ majitelích (profesní i osobní údaje), kontakty, obchodní podíly apod.,
- předmět a stručný charakter podnikání,
- popis lokality, kde podnik působí a důvod jejího výběru,
- způsob a struktura financování.

(IDE, 2008 - 2012; Koráb a Mihalisko, 2005)

5.4 Produkt

Zde by měl být popsán produkt, tedy výrobky či služby, které budeme nabízet a v čem spatřujeme jejich konkurenční výhodu a užitek pro zákazníka. Jedná se například o stručný popis vlastností výrobků, pro jaké zákazníky je určen, zda se jedná o výrobek nový či již známý, popis používaných postupů jeho výroby, popis způsobů či míst poskytování výrobků či služeb apod. Uvádí se zde i charakteristika podnikatelské příležitosti, zda jde o vyplnění mezery v trhu či jiný způsob využití stávajících výrobků atd. (IDE, 2008 - 2012; Srpová, Svobodová, Skopal a Orlík, 2011)

5.5 Analýza prostředí

Podnikatel musí provést analýzu prostředí, ve kterém má se svým podnikem v plánu působit. Tato analýza se týká především analýzy trhu, který nás ovlivňuje, konkurence, která proti nám stojí a našich potenciálních zákazníků. (Koráb a Mihalisko, 2005)

5.5.1 Trh

Jedná se zde o analýzu trhu, na kterém budeme působit (cílový trh) i s ohledem na trh celkový (přírodní faktory, politická situace, legislativní podmínky aj.). V rámci tohoto rozboru jde o vymezení a získávání informací o tomto cílovém trhu. Tyto informace se týkají například velikosti trhu, jeho chování v minulosti, vývojových tendencí a trendů, chování jeho účastníků, dále pokud jsou překážky vstupu na tento trh, tak jaké apod. (Srpková, Řehoř a kol., 2010; Srpková, Svobodová, Skopal a Orlík, 2011; Koráb, Režňáková a Peterka, 2007; IDE, 2008 - 2012)

5.5.2 Konkurence

Zde se provádí rozbor konkurenčního prostředí, a to kdo jsou naši konkurenti, kde se nacházejí, jaké je jejich postavení na trhu, jaké jsou jejich silné stránky a naopak slabé stránky, které by mohli být využity v náš prospěch atd. Důležité je zejména zaměřit se na konkurenty se silným postavením na trhu a ty, kteří se nacházejí v naší blízkosti a nabízejí srovnatelné výrobky či služby. (Koráb, Režňáková a Peterka, 2007; IDE, 2008 - 2012)

5.5.3 Zákazníci

Tato část se týká tzv. vytipování našich potenciálních zákazníků, tedy kdo tito zákazníci jsou, kde se nacházejí a jaká jsou jejich přání či potřeby. Nejedná se pouze o finální zákazníky, ale také o obchodní partnery, tzv. odběratele. (Blažková, 2007)

5.6 Marketingový plán

S odkazem na analýzu prostředí by se v této části měly uvést následující prvky:

- Marketingové cíle a strategie – čeho chceme v následujících letech dosáhnout a jak.
- Prodejní strategie produktu – popis produktu a jeho uvedení na cílový trh.
- Cenová politika a platební podmínky – jaké ceny převládají na trhu, jaké budou naše ceny, cenová strategie apod.

- Propagace – jaké jsou nástroje propagace, náklady na ni, jaké je načasování propagačních aktivit, jakým způsobem budou kontaktováni zákazníci apod.
- Distribuční politika - odbytové cesty, místo distribuce, poprodejní služby. (Kolářová, 2011; Wupperfeld, 2003)

5.7 Obchodní plán

Nacházejí se tady informace o zboží, dodavatelích, subdodavatelých, skladování atd, a údaje o časovém harmonogramu (rozpisu) podnikatelských činností a dodavatelských zajištění. Kvůli snížení rizika je vhodné zvolit více dodavatelů. V případě, že se bude jednat o výrobní podnik, bude zde uveden výrobní proces, v případě podniku poskytujícího služby, informace o službách. (Koráb, Režňáková a Peterka, 2007; IDE, 2008 - 2012)

5.8 Personální zdroje

Zde se uvádí informace o managementu, klíčových lidech či zaměstnancích, jejich kompetencích, znalostním vybavením, zkušenostech atd. Pokud je se zaměstnanci počítáno, uvede se jejich počet, požadovaná kvalifikace, dostupnost na trhu práce, výše osobních nákladů a další údaje. V případě, že se bude jednat o malou firmu, lze toto vynechat. (Koráb, Režňáková a Peterka, 2007)

5.9 Finanční plán

Díky finančnímu plánu si uvědomíme, kolik kapitálových prostředků budeme potřebovat a zda je náš projekt v tomto směru reálný. (Koráb a Mihalisko, 2005)

Finanční plán obsahuje údaje o:

- Nákladech, nutných pro start činnosti podniku - investiční náklady, náklady na pořízení strojů, oprávnění, budov apod.
- Finančním zajištění projektu – jaké finanční prostředky máme k dispozici, rozpočet zdrojů, zajištění cizích zdrojů atd.
- Předpokládané struktury tržeb – odhad nákladů na provoz podniku, výnosů z prodeje výrobků/služeb, následný odhad tržeb, čistého zisku a to nejméně na 1 rok dopředu.

- Cash flow – rozdíl předpokládaného toku příjmů a výdajů během minimálně jednoho roku, lze zde určit i bod zvratu – bod, kdy se výnosy rovnají nákladům.

Dále obsahuje shrnutí všech výše uvedených propočtů do konečných výkazů – výkazu cash flow, výkazu zisků a ztrát, rozvahy, soupisu vlastních a cizích zdrojů. Zjednodušené struktury rozvahy a výkazu zisků a ztráty, jsou uvedeny v příloze P V: Vzor rozvahy a v příloze P IV: Vzor výkazu zisku a ztráty.

(Krauseová a kol., 2007; Kolářová, 2011)

5.10 Hodnocení rizik

Každý podnikatelský projekt přináší určitá rizika, kterým se musí čelit. Důležitým krokem je tyto možná rizika analyzovat a zhodnotit jejich možný výskyt či vlivy na podnik. Po zhodnocení přichází na řadu vytvoření preventivních opatření a krizových scénářů pro řízení rizik, pokud dojde k jejich uskutečnění. (Srpková, Řehoř a kol., 2010; IDE, 2008 - 2012)

Možná rizika se týkají například produktu, finančních zdrojů, skladů, úrokových měr, daní, tržních změn, produktivity, poptávky, nákladů atd. (Koráb, Režňáková a Peterka, 2007)

Faktory, které by mohly podnik ovlivnit, je potřebné jistými metodami monitorovat. Je vhodné zde zpracovat SWOT analýzu našeho podnikatelského subjektu, čímž potenciálnímu investorovi ukážeme, že jsme si vědomi našich silných, slabých stránek, ale i příležitostí a hrozeb. Navíc tak předvedeme, že v případě potřeby máme krizový scénář jak rizika ustát. (Koráb a Mihalisko, 2005; Koráb, Režňáková a Peterka, 2007; Srpková, Svobodová, Skopal a Orlík, 2011)

5.11 Přílohy

V přílohách se nacházejí doplňující materiály, které obsahují detailní informace, jež nebylo nutné uvést v předchozích kapitolách. Jedná se například o technické dokumentace k výrobkům, ceníky, smlouvy či informace z primárního výzkumu apod. V textu by měl být uveden odkaz na ně. (Srpková, Svobodová, Skopal a Orlík, 2011; Koráb a Mihalisko, 2005)

6 ŽIVNOSTI

Dle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, je živností:

„Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“
(Československo, 1991)

„Živnostmi nejsou činnosti vyjmenované v §3, tj. například činnost lékařů, notářů, auditorů a daňových poradců, makléřů, přírodních léčitelů apod.“ (Synek, 2011, s. 35)

Podmínky živnostenského podnikání a kontrolu nad jejich dodržováním upravuje a provádí Živnostenský zákon. Tímto zákonem se řídí všechny subjekty, které provozují živnost. (Veber, Srpová a kol., 2008)

Jak již bylo zmíněno výše, živnost může vykonávat jak FO, tak PO a to za splnění podmínek daných Živnostenským zákonem. Tito podnikatelé podnikají na základě udělení živnostenského oprávnění živnostenským úřadem. Zmíněné oprávnění je potřeba vlastnit na každou živnost, i kdyby podnikatel provozoval více živností najednou. Tomu se lze vyhnout tehdy, pokud se živnost provozuje průmyslovým způsobem. Aby si podnikatel nemusel vyřizovat oprávnění na každou z činností, která vykazuje znaky živnosti a je podmínkou pro výrobu finálního výrobku, vyřídí si živnostenské oprávnění pouze na tento finální výrobek. (Zámečník, Tučková a Novák, 2010)

Aby budoucí podnikatel mohl žádat o udělení živnostenských oprávnění, musí splňovat nejprve tyto všeobecné podmínky:

- *„Dosažení věku 18 let,*
- *způsobilost k právním úkonům,*
- *bezúhonnost.“*

(Československo, 1991)

Dále u živností, u kterých je to požadováno, musí být splňována odborná způsobilost, jež se týká vyučení či absolvování střední školy v příslušném oboru, dokladu o praxi v oboru (minimálně 3 roky) či dokladu o uznání odborné kvalifikace vydaným uznávacím orgánem (osvědčení, autorizace). Seznam živností a požadované odborné způsobilosti ke každé z nich jsou uvedeny v přílohách Živnostenského zákona č. 455/1991 Sb.. (Zámečník, Tučková a Novák, 2010)

Podle vzniku práva k provozování živnosti se živnosti dělí na:

1. Ohlašovací – lze je vykonávat ode dne ohlášení na živnostenském úřadě, kdy podnikateli vzniká právo podnikat, samozřejmě za splnění stanovených podmínek. Na základě tohoto ohlášení živnostenský úřad podnikateli v následujících dnech zašle výpis ze živnostenského rejstříku, tedy oprávnění k výkonu činnosti. (Zámečník, Tučková a Novák, 2010; Živnosti.eu, © 2010-2012)

Živnosti ohlašovací se dělí dle nároků na odbornost a to na živnosti:

- řemeslné – pro jejich provozování je třeba splnit včetně všeobecných podmínek i odbornou způsobilost. Informace o těchto činnostech lze najít v Živnostenském zákoně č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v příloze č. 1. (Živnosti.eu, © 2010-2012)
- vázané – podmínkou pro jejich vykonávání, je splnění všeobecných podmínek i odborné způsobilosti. Seznam vázaných živností a požadované odborné způsobilosti jsou uvedeny v Živnostenském zákoně č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v příloze č. 2. (Živnosti.eu, © 2010-2012)
- volné – u těchto živností není stanovena odborná ani jiná způsobilost a jsou uvedeny v Živnostenském zákoně č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v příloze č. 4. (Živnosti.eu, © 2010-2012)

2. Koncesované – tyto živnosti lze provozovat na základě udělení koncese – povolení k provozování živnosti. Na rozdíl od živností ohlašovacích, vzniká u koncesovaných právo pro výkon činnosti až ode dne doručení koncesní listiny. Ta je vyhotovena na základě udělení souhlasu státem. Ten takto reguluje počet koncesovaných živností z toho důvodu, že se jedná o obory, kde hrozí riziko ohrožení života, zdraví, majetku a zákonem chráněných veřejných zájmů. (Zámečník, Tučková a Novák, 2010; Synek, Kislíngrová a kol., 2010; Živnosti.eu, © 2010-2012)

Lze tedy říci, že získání tohoto oprávnění je nejsložitější. Kromě splnění všeobecných podmínek a prokazování odborné a jiné způsobilosti, jsou v příloze 3. Živnostenského zákona č. 455/1991 Sb. uvedeny podmínky, jejichž splnění se vyžaduje (např. o spolehlivost podnikatele) a orgán státní správy, který se vyjadřuje k žádosti o koncesi. (Československo, 1991)

7 ZAKLÁDÁNÍ PODNIKATELSKÝCH SUBJEKTŮ

Konkrétní postup zakládání podniku se liší podle zvolené právní formy.

7.1 Založení a vznik fyzické osoby

Jak již bylo zmíněno výše, založení FO je jednoduché a administrativně nenáročné, protože se zakládá a vzniká dnem, kdy se ohlásí na živnostenském úřadě současně s podáním návrhu na vydání živnostenského či jiného oprávnění. Poté mohou začít podnikat. (Synek a kol., 2007; Dopredu.cz, 2010)

Do OR se FO zapisovat nemusí, pouze v těchto případech ano:

- „Pokud výše příjmů či výnosů dosáhla či přesáhla částku 120 milionů Kč v průměru za dvě po sobě jdoucí účetní období,
- pokud provozují živnost průmyslovým způsobem.“ (Doleček, 2008)

7.2 Založení a vznik právnické osoby

Založení PO je administrativně náročnější. Je nutné zde rozlišovat založení a vznik společnosti, což je den jejího zápisu do OR. Založení a vznik právnické osoby dle Vebera, Srpové a kolektivu (2008) probíhá následovně:

1. Sepsání společenské smlouvy či zakladatelské listiny tj. založení společnosti.

Smlouva musí být podepsaná všemi zakladateli a jejich podpisy notářsky ověřeny (notářem, krajským úřadem, advokátem apod.). (Doleček, 2012)

Smlouva musí obsahovat:

- název firmy a sídlo firmy,
- určení společníků uvedením firmy nebo názvu a sídla právnické osoby nebo jména a bydliště fyzické osoby,
- předmět podnikání (činnosti),
- výše základního kapitálu a výše vkladu každého společníka včetně způsobu a lhůty splácení vkladu,
- jména a bydliště právních jednatelů společnosti a způsob, jakým jednají jménem společnosti,
- jména a bydliště členů první dozorčí rady, pokud se zřizuje,
- určení správce vkladu,

- jiné údaje, které vyžaduje Obchodní zákoník.

(Zámečník, Tučková a Novák, 2010)

Údaje v listině, kterou se společnost zakládá, se liší dle zvolené právní formy podnikání. Dnem sepsání společenské smlouvy nebo zakladatelské listiny je společnost založena, ale do svého vzniku ještě nemá právní subjektivitu. (Doleček, 2012) Vzor společenské smlouvy, konkrétně společnosti s ručením omezeným, je uvedena v příloze P I: Společenská smlouva o založení společnosti s ručením omezeným.

2. Splacení vkladů do základního kapitálu u správce vkladů.

Správce vkladů je osoba pověřena správou splacených vkladů. Vklady ze zákona musí být alespoň v minimální výši složeny ještě před vznikem společnosti (například u s.r.o. 30% každého vkladu, celkem alespoň 100 000 Kč), v případě jediného zakladatele musí být splacen celý vklad. Správcem vkladů může být zakladatel nebo i banka. (Doleček, 2012; Veber, Srpová a kol., 2008)

3. Získání živnostenského či jiného podnikatelského oprávnění k výkonu činnosti.

Společnost musí podat žádost o vydání tohoto oprávnění na příslušném živnostenském úřadě. Úřad následně vydá výpis z živnostenského rejstříku. (Doleček, 2012)

„Společnostem však vzniká živnostenské či jiné oprávnění až dnem zápisu do OR. Nebude-li podán návrh na zápis do obchodního rejstříku do 90 dnů od doručení živnostenského oprávnění, tak toto oprávnění zaniká.“ (Doleček, 2012)

Další informace o tomto kroku jsou uvedeny v kapitole 7.3. Vydání živnostenského oprávnění.

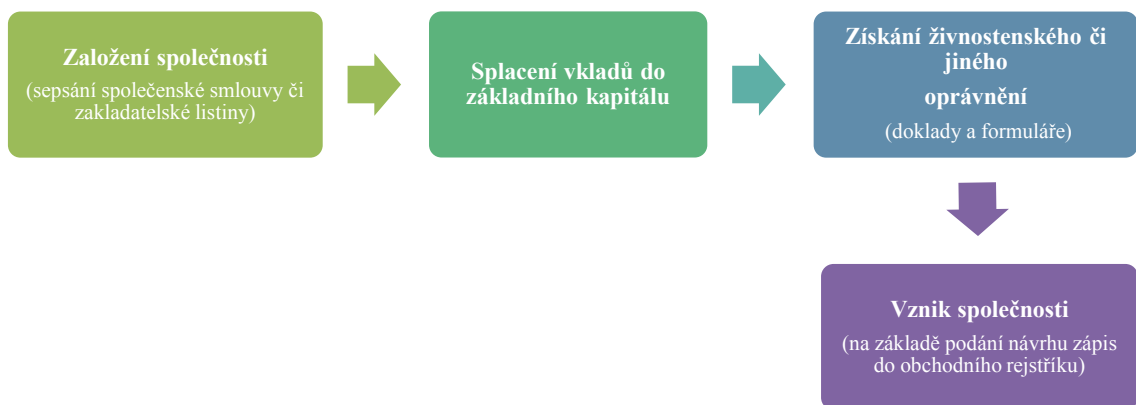
4. Zápis do obchodního rejstříku tj. vznik společnosti.

Návrh na zápis společnosti do OR musí být podán do 90 dnů od založení společnosti či doručení oprávnění k výkonu živnosti a to příslušnému Rejstříkovému (krajskému) soudu. (Zámečník, Tučková a Novák, 2010; Doleček, 2012)

Návrh na zápis do OR musí být podán na formuláři, podepsán všemi jednateli, spolu s přílohami jako je živnostenské oprávnění či koncesní listina, společenská smlouva/zakladatelská listina, doložení právního důvodu užívání nemovitosti, souhlas jednatelů s funkcí jednatele a jejich podpisové vzory, doklad o čestném prohlášení jednatelů, prohlášení správce vkladu o situaci splacení vkladů a další. Listina návrhu musí

být v případě prvozápisu do OR označena kolkovými známkami v hodnotě 5 000 Kč a můžeme ji najít například na webových stránkách Ministerstva spravedlnosti (www.portal.justice.cz). Soudní poplatek bez kolku činí 6 000 Kč (u a.s. 12 000 Kč). (Doleček, 2012; podnikatel.cz, 2011)

Společnost musí být do OR zapsána pod tzv. „obchodní firmou“, což je její název, a za jménem uvedený dodatek označující její právní formu. Dnem zápisu společnosti do OR se společnost stane právnickou osobou, se svými právy a povinnostmi. Pokud není uvedeno jinak, vzniká na dobu neurčitou. (Doleček, 2012)



Obrázek 2 Založení a vznik společnosti (Veber, Srpová a kol., 2008)

7.3 Vydání živnostenského oprávnění

Před žádostí o vydání živnostenského oprávnění, je třeba si ověřit, zda:

- Činnost, která je předmětem podnikání, vykazuje znaky živnosti či ne (to je možno ověřit v živnostenském zákoně č.455/1991 Sb. a jeho přílohách 1,2,3,4),
- jsou splněny všeobecné podmínky pro získání živnostenského či jiného podnikatelského oprávnění,
- jsou splněny odborné způsobilosti a další zvláštní podmínky pro získání tohoto oprávnění.

(Zámečník, Tučková a Novák, 2010)

V případě, že FO nebo PO nesplňuje všeobecné či zvláštní podmínky (odbornou způsobilost), musí ustanovit odpovědného zástupce, který je bude splňovat za ně. Právnické osoby jej stanovují povinně. Provozování živnosti prostřednictvím odpovědného

zástupce upravuje Živnostenský zákon (Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském zákoně, v §11). (podnikatel.cz, © 2007 – 2012; Synek, 2011)

Poté co si FO či PO ověří, zda jsou splněny aspekty uvedené výše, musí získat živnostenské oprávnění. K jeho získání jsou potřebné tyto doklady a formuláře:

1. Doklady

- Výpis z rejstříku trestů podnikatele či odpovědného zástupce (ne starší než 3 měsíce) – žádost o výpis z rejstříku trestů je možné podat na obecním úřadě, městském úřadě, okresním státním zastupitelství apod. Tyto orgány vydají výpis a úředně ověří správnost údajů za poplatek asi 100 Kč.
- Doklad o zaplacení správního poplatku – správní poplatek činí 1 000 Kč za jednu ohlašovací živnost, 2 000 Kč za žádost o koncesi, 10 000 Kč za živnost ohlašovací provozovanou průmyslovým způsobem a 20 000 Kč za živnost koncesovanou provozovanou průmyslovým způsobem.
- Originální společenská smlouva, zakladatelská listina, či jejich ověřené kopie a kopie navíc pro založení na živnostenském úřadě, který zkontroluje správnost těchto dokladů.
- Doklady o zvláštní (odborné) způsobilosti úředně ověřené, pokud jsou k dané činnosti vyžadovány živnostenským úřadem.
- Prohlášení odpovědného zástupce, pokud je ustanoven, že souhlasí s ustanovením do funkce.
- Doklady o vlastnickém či jiném právu k užívání objektů či prostor.
- Návrh na provozování živnosti průmyslovým způsobem.

Struktura těchto dokladů se odvíjí od vybrané právní formy podnikání.

(Koráb a Mihalisko, 2005; Zámečník, Tučková a Novák, 2010; Synek, 2011)

2. Formuláře ohlášení živnosti, či žádost o udělení koncese.

Ohlášení je možno provést buď na místě příslušném živnostenském či jiném úřadě nebo vyplněním jednotného registračního formuláře (dále jen JRF) a to elektronicky nebo fyzicky. JRF pro ohlášení živnosti, je formulář obsahující všechny náležitosti, které by měl budoucí podnikatel vyplnit, aby byl správně ohlášen. Tento formulář lze najít například na webových stránkách www.businessinfo.cz, www.zivnosti.eu, www.business.center.cz i spolu s přílohami, které se s tímto formulářem dokládají (např. příloha odpovědný

zástupce, provozovna, prohlášení odpovědného zástupce apod.). (Businessinfo.cz, © 1997-2011; Synek a kol., 2007; Koráb a Mihalisko, 2005)

Ohlášení se dále může provést prostřednictvím kontaktních míst veřejné správy (tzv. CzechPOINT), či prostřednictvím informačního systému registru živnostenského podnikání (www.rzp.cz). Dále lze živnost ohlásit pomocí jednotných kontaktních míst (dále jen JKM), což jsou informační místa zřízena pro podnikatele na vnitřním trhu Evropské unie. Důležitou funkcí JKM je předávání žádostí o vydání oprávnění příslušným úřadům místo podnikatelů, kteří pouze vyplní JRF, doručí ho na JKM a to elektronicky či fyzicky. Ve Zlínském kraji se JKM nachází v místě Magistrátu města Zlína. Vzor JRF pro společnost s ručením omezeným je uveden v příloze P II: Jednotný registrační formulář pro ohlášení živnosti. (Businessinfo.cz, © 1997-2011; Synek a kol., 2007)



Obrázek 3 Vydání živnostenského či jiného oprávnění (Synek a kol., 2007)

U volné, vázané a řemeslné živnosti se živnostenské oprávnění vystaví do 15 dnů od ohlášení či žádosti o jeho vydání. U koncesované živnosti se o udělení koncese rozhodne do 60 dnů od podání žádosti o koncesi a poté je listina vystavena do 15 dnů od toho rozhodnutí. (Synek a kol., 2007)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

8 METODIKA ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

8.1 Cíl práce

Cílem práce je analýza podmínek, které je nutno provést při zakládání nového podnikatelského subjektu, a to společnosti Medová zahrada, s.r.o. Hlavním cílem bude zpracování podnikatelského plánu, ve kterém bude popsáno, co je záměrem této společnosti jak v nejbližší době, tak do budoucna a jak bude vypadat její činnost v prvním roce života. Vedlejšími cíli bude analýza průchodu rozhodovacím procesem, který rozhodne, zda je podnikání vhodné zahájit či ne. Dále je potřebné provést identifikaci a vyhodnocení příležitostí nacházejících se na trhu, na základě kterých lze podnikání založit, a zhodnotit jejich využitelnost. Podpůrnými cíli bude vykonání analýz typu SWOT, porovnání výhod a nevýhod podnikání a zaměstnaneckého poměru, analýza prostředí trhu a konkurence, analýza finančního plánu a také analýza rizik, která mohou nastat a vytvoření opatření proti nim.

8.2 Metody zpracování

V prvním kroku bude provedena analýza rozhodovacího procesu, ze které následně vyplyne, zda je pro nás podnikatelská činnost vhodná či jestli pro nás nebude lepší zaměstnanecký poměr. Zde proběhne zpracování „SWOT analýzy sebe sama“, porovnání výhod a nevýhod zaměstnaneckého poměru a podnikatelské činnosti a zhodnocení vstupu do podnikání.

Dalším krokem bude identifikace a zhodnocení příležitostí, které se v tržním prostředí nacházejí. Tyto příležitosti budou identifikovány dle aktuální situace na trhu a zhodnoceny z hlediska jejich výhod, nákladů a rizik, která jsou s nimi spojena. Následně bude proveden výběr právní formy podnikatelského subjektu.

Za těmito výše uvedenými činy bude následovat zpracování podnikatelského plánu, který charakterizuje společnost jako takovou, popíše produkty a objasní jednotlivé činnosti a záměry podniku. V jeho rámci bude vykonána především analýza prostředí, nato zpracování marketingového a finančního plánu, a v neposlední řadě zhodnocení rizik.

Analýzou prostředí bude rozebrán trh, na který se společnost chystá vstoupit, její konkurence a zákazníci. V marketingovém plánu budou uvedeny plány propagace a prodejní strategie, marketingové cíle společnosti, cenová a distribuční politika. Ve

finančním plánu se bude jednat o analýzu nákladů, výnosů, předpokládaného zisku či ztráty a cash flow. Bude zde též proveden rozbor návratnosti kapitálu a výhodnost přijetí této investice. Zmíněný finanční plán bude zpracován ve třech rovinách vývoje hospodaření podniku. Následné hodnocení rizik se bude zabývat popisem rizik, jež mohou společnost nějakým způsobem ovlivnit a návrhů na opatření proti nim. Poté také bude společnost analyzována z hlediska jejích silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb.

V následujících částech bude zhotoven popis založení a vzniku podniku Medová zahrada, s.r.o. a deskripce žádosti o vydání živnostenského oprávnění.

8.3 Očekávané výsledky

Očekávaným výsledkem bude v této práci společnost, která vznikne na základě absolvování všech podmínek, jež je vhodné či přímo nutné, při založení nového podnikatelského subjektu, splnit. Pokud podnikatelský subjekt podstoupí tedy i podmínky, jejichž splnění je spíše vhodné (rozhodovací proces, podnikatelský plán), pak očekávaným výsledkem bude jeho připravenost na situace, které v souvislosti s podnikáním nastanou nebo mohou nastat.

9 ROZHODOVACÍ PROCES

Rozhodovacím procesem budeme procházet já, Michaela Zapletalová a má budoucí společnice Zuzana Králová, jakožto dvě budoucí podnikatelky. Na základě výsledku tohoto procesu se rozhodneme, zda se budeme podnikatelskou činností zabývat či ne.

9.1 Hodnocení sebe sama

9.1.1 Proč chceme začít podnikat

Začít podnikat chceme především z toho důvodu, abychom lidem dopřály možnost využití kvalitních výrobků a služeb. Dalšími důvody, které nás vedou k podnikání, jsou osobní důvody, jako je zužitkování schopností, znalostí a zkušeností, které máme a dosažení našich přání a cílů. K přemýšlení o této činnosti nás také, kromě standardních finančních důvodů, přivádí potřeba seberealizovat se v tom, co nás baví a získání jisté míry nezávislosti a samostatnosti. Dalším aspektem je obor, jenž budí náš zájem a který bychom chtěly skloubit se současnou situací ve světě. Tímto oborem je kosmetika a aktuální preference kosmetiky z přírodních produktů. Naším cílem by bylo zákazníkům tuto kvalitní přírodní kosmetiku poskytovat a uspokojit tak jejich požadavky a naše přání. Toto je motivací k založení nového podnikatelského subjektu.

9.1.2 Máme k podnikání předpoklady?

Pro uvědomění si vlastností, které nám mohou podnikání usnadnit, bude provedena SWOT analýza našich osobností, tedy analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. V této analýze jsou uváděny a rozebírány především vlastnosti, které nějakým způsobem mohou ovlivnit podnikání a byly uvedeny v teoretické části jako vlastnosti, jež mohou pomoci budoucím podnikatelům dosáhnout úspěchu v podnikání.

V tabulce 1 uvedené níže jsou představeny naše silné stránky, jakožto předpoklady vhodné pro podnikání. Ve slabých stránkách se nacházejí vlastnosti, které jsou v rámci našich osobností oslabeny, ale jejich nedostatek není překážkou.

Hrozby obsahují schopnosti, které nám jako společnicím chybí nebo jsou velmi oslabeny. V příležitostech jsou naopak uvedeny předpoklady k podnikání, jako je schopnost týmové práce, flexibility a učení se. Tyto schopnosti mohou postupem času pomoci zlepšit vlastnosti ve slabých stránkách či hrozbách.

Tabulka 1 SWOT analýza sebe sama (vlastní zpracování)

Silné stránky Michaeli Zapletalové		Slabé stránky Michaeli Zapletalové	
Cílevědomost	Organizační schopnosti	Sebevědomí	Nedostatek zkušeností
Komunikativnost	Podnikavost	Rozhodnost	Odvaha
Vytrvalost	Tvořivost		
Silné stránky Zuzany Králové		Slabé stránky Zuzany Králové	
Čestnost	Zodpovědnost	Charisma	Komunikativnost
Pracovitost	Rozhodnost	Odvaha	Podnikavost
Tvořivost	Spolehlivost		
Příležitosti společnic		Hrozby společnic	
Týmová práce		Schopnost předvídat příležitosti	
Flexibilita		Schopnost stálého sledování tržní situace	
Schopnost učit se		Vyrovnávání se s rizikem a stresem	

Dále pro jistotu provedeme v rámci rozhodovacího procesu srovnání výhod a nevýhod zaměstnaneckého poměru a podnikatelské činnosti.

Zaměstnanecký poměr

- Výhody – relativní jistota mzdy a práce, pravidelná pracovní doba, volné víkendy a nároky na dovolené, méně odpovědnosti, odpracujeme si zadanou práci a máme hotovo. (Veber, Srpová a kolektiv, 2008; Morávek, 2010)
- Nevýhody – vykonávání práce, která může být mimo naše zájmy, nedostatečná míra samostatnosti, nemožnost zorganizování času, mzda nemusí být taková, jakou si představujeme, nemůžeme si vybrat svoje spolupracovníky. (podnikatel.estranky.cz, 2006)

Podnikatelská činnost

- Výhody - můžeme se realizovat v tom co nás baví, rozhodujeme se sami za sebe, můžeme si zorganizovat čas podle svého, máme možnost vydělávat dostatek peněz pro sebe a svou rodinu, vybrat si své spolupracovníky. (podnikatel.estranky.cz, 2006))

- Nevýhody – nejistota zisku a mzdy, nepravidelná pracovní doba, neustálé věnování se podniku a činností kolem něj, zodpovědnost (za zaměstnance, projekty, za plnění povinností daňových apod.), podstupování rizik a vyhledávání nových pracovních příležitostí. (podnikatel.cz, 2011; Veber, Srpová a kolektiv, 2008)

9.1.3 Výsledek rozhodovacího procesu

Z provedené SWOT analýzy našich osobností vyplývá, že jako jednotlivci předpoklady k úspěšnému podnikání máme. Pokud tyto analýzy srovnáme, uvidíme, že společným podnikáním můžeme své nedostatky vyvážit a vytvořit stabilní vedení podniku. S ohledem na zhotovené srovnání výhod a nevýhod zaměstnaneckého poměru a podnikatelské činnosti, s ohledem na předpoklady k podnikání a i vzhledem k důvodům, které nás k podnikatelské činnosti vedou, jsme se rozhodli do podnikání vstoupit.

Co nás, ale ještě čeká je identifikace a zhodnocení příležitosti, tedy činnosti, které se chceme v podnikání věnovat.

9.2 Identifikace a zhodnocení příležitostí

- Identifikace příležitostí

Jako příležitost k podnikání byla identifikována situace, která se týká světového trendu v oblasti zdravé výživy a biopotravin. Ten se ve světě rozvíjí již několik let a těší se stále větší oblibě. Naší příležitostí by byla konkrétně výroba kosmetiky z přírodních produktů (med, byliny aj.), tedy biokosmetiky. Ta se na trhu objevila v souvislosti s biopotravinami celkem nedávno, a proto se v následujících letech předpokládá růst jejího odbytu.

- Zhodnocení příležitostí

Z pohledu podnikatele výhodou prodeje biokosmetiky je, že ne ve všech částech České republiky je výše uvedený trend rozšířen. Pokud se tato kosmetika prodává, tak jde o prodej v biopotravinách, nebo je vyráběna již zaběhnutými světově známými značkami, ale za vysokou cenu. Dále je možné nalézt odbytiště u salónů krásy, kosmetik, kadeřnictví, wellness center a podobně, které se drží trendů a novinek, a chtějí svým zákazníkům poskytnout ty nejnovější produkty.

Náklady by se týkaly výroby kosmetiky z medu, nákupu či výroby ingrediencí, balení, skladování a prodeje. Pokud by se kosmetika pouze distribuovala do míst, kde se

nenachází příležitost tyto výrobky koupit, jednalo by se o náklady na nákup, balení, skladování a později prodej.

Rizika a další možné ztráty plynou z důvodu, zatím, ještě nízkého zájmu o přírodní kosmetiku, a také z toho, že nákup kosmetiky se nenachází na „každodenním“ seznamu provedených nákupů.

Životaschopnost podnikatelského nápadu a jeho možné uplatnění na trhu bude následně, po zvolení vhodné právní formy podnikání, zhodnoceno v podnikatelském plánu.

10 VOLBA PRÁVNÍ FORMY

Jako právní formu podniku jsme se rozhodly zvolit společnost s ručením omezeným a to z mnoha důvodů.

V první řadě se jedná především o možnost zabývat se i rozměrnějšími podnikatelskými aktivitami, které plánujeme do budoucna. Založení společnosti s ručením omezeným je sice náročnější, ale vzhledem k našim budoucím záměrům, se takto vyvarujeme pozdější transformaci právní formy, která by byla nevyhnutelná. Proto rovnou bude zvolena forma společnosti a ne fyzické osoby.

Dále tato forma bude vybrána s ohledem na počet společníků, kterými budou dva, poté s ohledem na rozsah ručení, jež bude kvůli riziku ohrožení osobního majetku zvoleno ručení omezené (do výše vkladů). Budeme tedy počítat se složením základního kapitálu.

Zisk z podnikání bude na základě rozhodnutí ve společenské smlouvě rozdělován rovným dílem, stejně tak i vedení společnosti, tedy oprávnění k řízení, bude rozděleno mezi společníky rovnoměrně.

Díky nedostatku vlastních finančních zdrojů, je volba této právní formy vhodná také z důvodu snazšího přístupu k cizím finančním zdrojům díky zveřejňovací povinnosti, kdy bude mít banka přehled o činnosti společnosti.

11 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Tento podnikatelský plán se bude týkat záměrů podniku Medová zahrada, s.r.o.

11.1 Popis podniku

11.1.1 Základní informace

- Název společnosti: Medová zahrada, s.r.o.
- Společníci: Michaela Zapletalová a Bc. Zuzana Králová
- Datum založení společnosti: 20. října 2012
- Základní kapitál: 430 000 Kč
- Právní forma: Společnost s ručením omezeným
- Jednatelé společnosti: Michaela Zapletalová, Lazy 11, 760 01 Zlín,
vklad 200 000 Kč
Zuzana Králová, Příluky 200, 760 01 Zlín,
vklad 230 000 Kč
- Předmět podnikání: Prodej medů, výrobků a produktů z medu
- Sídlo společnosti: Tř. Tomáše Bati 1405, 760 01 Zlín
- Provozovna: Tř. Tomáše Bati 1405, 760 01 Zlín
- Kontaktní osoba: Michaela Zapletalová
- Telefon: +420 606 845 963, + 420 721 845 521
- www: www.medovazahrada.cz
- e-mail: medovazahrada@seznam.cz

11.1.2 Údaje o podnikatelích a vedení společnosti

Tato společnost je zakládána dvěma společníci Michaelou Zapletalovou a Zuzanou Královou, které se na základním kapitálu podílejí stejnou výší peněžního vkladu. Ze strany Zuzany Králové bude navíc vložen nepeněžní vklad, v podobě notebooku.

Na řízení společnosti a jejím rozvoji se budeme podílet obě aktivně, stejnou měrou a to jako jednatelky společnosti. Zuzana Králová jako absolventka farmacie, se vzděláním z farmakognozie a farmaceutické technologie, bude mít na starosti výběr kvalitních výrobků, komunikaci se zákazníky a zajištění provozu. Poté, jak je zmíněno níže, se bude v budoucnu starat o výrobu kosmetiky. Michaela Zapletalová jako studentka ekonomie, se bude starat především o ekonomickou stránku provozu podniku, jako je účetnictví, podávání daňového přiznání, propagaci, komunikaci s dodavateli a odběrateli. Obě máme v těchto aktivitách pracovní zkušenosti z předchozích zaměstnání. Zuzana Králová pracovala jako lékárnice a Michaela Zapletalová jako asistentka manažera.

11.1.3 Předmět a stručný charakter podnikání

Tato společnost vzniká na základě myšlenky prodávat kvalitní přírodní výrobky z medu a včelích produktů. Bude se jednat především o prodej kosmetiky, která je vyrobena na základě medu, mateří kašičky, propolisu a dalších včelích produktů. Dále budeme prodávat léčiva, jako jsou sirupy proti nachlazení, bonbony proti kašli a hojivé masti. V neposlední řadě budeme nabízet samotný med a pochutiny v medu.

11.1.4 Lokalita zvolená k podnikání

Jako lokalitu k podnikání jsme si prozatím zvolily město Zlín, jehož trh neobsahuje mnoho kamenných obchodů s těmito výrobky a také proto, že toto město je naším bydlištěm a pro nás známým prostředím. Jako provozovnu a zároveň sídlo našeho podniku jsme si vybraly třídu T. Bati ve Zlíně, kde jsou nabízeny prostory k pronájmu. Tato ulice je frekventovaným místem blízko centra Zlína, s výbornou nákupní a dopravní dostupností. Námí vybraný objekt o velikosti 40 m² je tvořen dvěma místnostmi, z nichž ta menší nám bude sloužit jako sklad i kancelář. Součástí objektu je i výloha či parkoviště pro zákazníky. Tyto prostory budeme muset podrobit drobné rekonstrukci, aby odpovídaly našemu prodejnímu zaměření.

11.1.5 Způsob a struktura financování

Financování společnosti bude zajištěno z části z našich vlastních finančních zdrojů a z části z externích zdrojů a to v podobě čerpání úvěru pro podnikatele. Základní kapitál společnosti bude složen ve výši 430 000 Kč z peněžitých a nepeněžitých vkladů a to v takovém poměru:

Zuzana Králová 230 000 Kč 54 % základního kapitálu

Michaela Zapletalová 200 000 Kč 46 % základního kapitálu

Michaela Zapletalová do společnosti vložila peněžní prostředky v uvedené výši. Zuzana Králová kromě peněžních prostředků ve výši 200 000 Kč vložila do společnosti také počítač v hodnotě 30 000 Kč.

11.2 Exekutivní souhrn

Naším záměrem je otevřít prodejnu, ve které budeme nabízet včelí produkty a výrobky vyrobené z medu či obsahující složky medu, které hojivě působí na kůži i poškozené sliznice, při zánětech horních cest dýchacích. Med jako takový má antibakteriální účinky, pomáhá proti nespavosti a celkově má příznivé účinky. Smyslem otevření našeho obchodu je, aby se tyto výrobky od výrobců dostaly blíže k lidem a aby těmito přírodními látkami byly v rámci možností nahrazeny uměle vyrobená léčiva a kosmetika.

Jako hlavní faktory, které by nám měly pomoci dosáhnout úspěchu, považujeme to, že ve Zlínském kraji je v prodeji těchto výrobků v tzv. kamenných obchodech konkurence poněkud nízká a také to, že vládne trend zaměřování se na zdravý životní styl, s čímž souvisí také čím dál větší využívání přírodních produktů. Tento trend považujeme za naši podnikatelskou příležitost. Za další aspekt úspěchu lze považovat výběr dodavatelů, tedy výrobců vyrábějící výrobky ze včelích produktů, kteří jsou pouze z tuzemska. Dalším faktorem úspěchu je, že za naše zboží budeme požadovat rozumné ceny. Zboží hodláme nabízet v našem obchodě i na našich internetových stránkách.

Podnikatelská činnost bude financována z jedné poloviny z našich vlastních finančních zdrojů, které budou doplněny zdroji cizími ve formě úvěru pro podnikatele. Tento úvěr budeme splácet 10 let. Podle reálného finančního plánu bude náš podnik již v prvním roce ziskový a investice se navrátí ve třetím roce podnikání. Dle výpočtu čisté současné hodnoty je pro investora výhodné tento projekt přijmout.

Naší misí je propagovat užívání výrobků převážně přírodního původu, protože jsou šetrnější než výrobky původu chemického. Jde nám tedy o to, „Pečovat o zdraví lidí, zdravým z přírody“. Cílem našeho podnikání je získat věrný okruh spokojených zákazníků, rozšiřovat portfolio výrobků a vybudovat povědomí o našem obchodě po celé republice. Postupem času se hodláme zaměřit na další cíl a to vlastní výrobu těchto výrobků.

Zvoleným dlouhodobým cílem podnikání je vstoupit do podvědomí zákazníků jako prodejce a později i výrobce nejkvalitnějších výrobků z medu a včelích produktů, tedy výrobků z přírody.

11.3 Produkt

Rozhodli jsme se prodávat výrobky z medu a to z důvodu toho, že med je znám pro své léčebné účinky. Už v historii byl používán při léčení dýchacích potíží, má antiseptické (hojivé) účinky, podporuje tvorbu endorfinů, tedy přirozených látek tišících bolest, zlepšuje trávení, používá se při léčbě nemocí srdce, jater, žaludku atd. Příznivě působí na hojení ran, popálenin, redukuje otoky a jizvy. Není to tedy výrobek nový, ale jeho účinnost je prověřena používáním po staletí. V našem podnikání se hodláme zaměřit na prodej výrobků z medu a ostatních včelích produktů a to:

- Kosmetiky - krémy, šampony, mýdla, pleťové vody, mléka, vlasové vody, balzámy na rty atd.,



Obrázek 4 Kosmetika

(Pleva, 2012)

- léčiv – sirupy proti nachlazení, bonbony proti kašli, zábaly, kapky s propolisem, masti, tinktury apod.,



Obrázek 5 Léčiva

(Pleva, 2012)

- medů a potravinových doplňků – medy lesní, luční, lípový, s příměsemi či samotné včelí produkty jako je propolis, pyl, mateří kašička atd..



*Obrázek 6 Medy
(Rodinné včelařství
Urban, 2012)*

Tyto výrobky budeme nabízet nejenom v naší prodejně, která díky svému umístění zajistí přístup do povědomí lidí starších, konzervativních či technologicky málo zdatných, ale současně na našich webových stránkách otevřeme e-shop pro ty, kteří jsou časově zaneprázdnění či jen rádi nakupují z pohodlí domova. Současně budeme nabízet poradenské služby týkající se použití výrobků, skladování apod. a to jak v elektronické podobě, tak v podobě osobního poradenství přímo v obchodě.

Výroba těchto výrobků probíhá v námi ověřených podmínkách, můžeme tedy zaručit jejich přírodní původ bez použití chemických látek. Užitek pro zákazníka spatřujeme především v léty ověřených schopnostech medu a jiných produktů od včel.

Za podnikatelskou příležitost považujeme neustálý rozvoj trendu zdravého životního stylu, který se projevuje narůstajícím množstvím obchodů s biopotravinami a biokosmetikou, tedy kosmetikou z přírodních produktů, jímž je i med.

11.4 Analýza prostředí

11.4.1 Trh

S naší činností souvisí především trh včelařský a situace na něm. Bylo vědecky dokázáno, že jak počty včelstev, tak počty včelařů klesají. Je to dáno tím, že včely jsou ohrožovány nemocemi a klimatickými změnami a včelaři nemají dostatek peněžních prostředků na

jejich udržení, navíc včelařství se nedá zmechanizovat. Do této situace ale proto začala zasahovat Evropská unie pomocí dotací pro začínající včelaře. (Včelařské potřeby, 2012)

Dalším problémem je, že i přesto, že čeští včelaři dokážou vyrobit dostatečné množství medu, které pokryje zdejší spotřebu, jsou k nám dováženy medy například z Jižní Ameriky či Číny, které jsou mnohem horší kvality, ale levnější. V supermarketech jsou často nabízeny medy, které pocházejí z už zmíněné Ameriky, Číny, Chile, Argentiny a třetích zemí. Dochází i k padělání medu a jeho nastavování sirupem. Protože je světovým trendem zajímat se o kvalitu potravin, tak někteří lidé začínají nakupovat medy buď v biomarketech, nebo přímo u včelařů. (Pospěchová, 2011)

My jsme se proto rozhodli medy nakupovat přímo u českých včelařů a nabídnout je skrz náš obchod zákazníkům, kteří nemají čas včelaře vyhledat či navštívit. Dále, protože trh s ostatními včelími produkty (propolis, mateří kašička, pyl apod.) existuje jen v omezeném množství, budeme se je snažit mezi náš sortiment pravidelně řadit.

Světovým trendem v oblasti kosmetiky je už několik let přechod k biokosmetice, tedy kosmetice z přírodních produktů, která vznikla o něco později než „boom“ s biopotravinami. Trh s přírodní kosmetikou je neustále v pohybu a nabídka produktů se rozšiřuje a to jak v Evropě, tak v České republice. V této oblasti přírodní kosmetiky se počítá se stabilně vzestupným vývojem navzdory hospodářské krizi. Všechny tyto přírodní kosmetiky jsou prodávány v biomarketech, které ovšem znamenají vysokou cenu. Zde se nachází i kosmetika z medu a medových produktů. Díky tomu, že med je produkován výhradně v přírodě a současně díky jeho všeobecně známým léčebným a uklidňujícím účinkům, je kosmetika z medu řazena do přírodní kosmetiky a tudíž v rámci tohoto trendu žádaná a oblíbená. (BIO-INFO, 2011)

Ve Zlínském kraji jsou tyto kosmetiky kromě prodeje v biomarketech, nabízeny včelaři současně s nabídkou vyrobených medů, či prodejem na internetu - to už se ale nejedná jen o Zlínský kraj.

11.4.2 Konkurence

V rámci konkurence se, kromě běžných obchodů s potravinami, zaměříme především na naše konkurenty, kteří se nacházejí v našem nejbližším okolí, tedy ve Zlíně a nabízejí podobnou službu jako my. Jedná se o obchod:

- U Ambrože – včelařské potřeby – obchod se nachází na ulici Kvítková a v jeho nabídce se nachází kosmetika se včelími produkty, včelařské potřeby, medy, úly, medomedy a včelařské obleky. Nevýhodu tohoto obchodu spatřuji v neexistenci webových stránek a prodej pouze v tzv. kamenném obchodě. (Zlín, © 2008)

Protože se ve Zlíně další prodejna přímo zaměřená na prodej medu a výrobků z medu jako jsme my, nenachází, tak se dále zaměříme na konkurenty, kteří v rámci svého sortimentu, většinou jde o zdravou výživu, nabízející výrobky, které prodáváme. Jsou to obchody:

- Porta Sante, s.r.o. – je to prodejna zdravé výživy, která produkty z medu nabízí v rámci svého sortimentu. Tato firma rovněž nemá internetový obchod, ani webové stránky a nachází se ve Zlíně na náměstí Práce. (Firmy Zlín, © 2007 - 2012)
- Biomarket U Zeleného stromu – tento biomarket má ve Zlíně dlouholetou tradici. Nacházejí se zde dvě prodejny, které nabízejí zdravou výživu, bio produkty a přírodní doplňky. Internetové stránky mají, ale e-shop neprovozují. Prodejny se nacházejí na náměstí Míru a náměstí Práce. (U zeleného stromu, © 2012)
- Slunečnice – prodejna zdravé výživy se nachází v Otrokovicích a současně s prodejem zdravé výživy nabízí i medy a výrobky z medu. Tento obchod nemá internetové stránky, což je jeho nevýhodou. (Firmy.cz, © 1996–2012)
- Farmářské trhy – tyto trhy se ve Zlíně konají na jaře a nachází se zde nabídka prodeje medů i kosmetiky. V době svého provozu budou našimi konkurenty. (nalok.cz, 2011)

Za dalšího konkurenta, ale už v rámci Zlínského kraje, budeme považovat:

- Včelí farmu Říha – tato firma vyrábějící a prodávající med se nachází v Hulíně a její sortiment tvoří medy lesní, lípové, květové pastované a medovicové a dále technologická zařízení pro včelaře. Kosmetiku z medu a včelích produktů nenabízí a rovněž nemá e-shop. (Včelí farma Říha, © 2010)
- Včelařství Sedlák – toto včelařství je naším největším konkurentem, co se týká Zlínského kraje. Kromě medu tvoří jeho sortiment také potřeby pro včelaře, úly, krmiva pro včely, služby pro včelaře jako je výkup vosku, dále kosmetiku, sirupy proti nachlazení apod. Své zboží a výrobky prodávají jak v kamenném obchodě v Uherském Brodě, tak na svých internetových stránkách. Na tohoto konkurenta budeme působit nižší cenou našeho zboží. (Včelí produkty, © 2012)

- Včelí produkty – firma Včelí produkty se zabývá výrobou a prodejem medů a produktů z medu (propolis, mateří kašička, pyl apod.). Nachází se v Nedašově poblíž Brumova - Bylnice. Své výrobky prodává na svých webových stránkách a prostřednictvím obchodů zdravé výživy či biomarketů, jako je například biomarket U Zeleného stromu ve Zlíně. (Včelí produkty, © 2012)

Pro náš internetový obchod existuje konkurence velmi vysoká, ať už se jedná o český či zahraniční trh. Zákazníky se budeme snažit zaujmout atraktivním vzhledem našich webových stránek, e-shopu, kvalitní nabídkou, rozumnými cenami a odbornými radami.

11.4.3 Zákazníci

Naši zákazníci se budou nacházet převážně ve Zlínském kraji a to především ve městě Zlín, které je našim působištěm. Výrobky se budou nejvíce prodávat starší generaci, která více věří přírodní medicíně než té uměle vyrobené a budou to převážně ženy, ať už manželky či matky, které se budou snažit dopřát své rodině přírodní medicínu a nezatěžovat organismus léky, či jen občas vyměnit cukr za med. Našimi zákazníky budou též lidé, kteří vyznávají zdravý styl života, jenž se v poslední době ve světě prosazuje. Tito zákazníci požadují především výrobky za ceny, které vyjadřují užitek z nich.

Dále našimi zákazníky budou wellnes centra, kosmetické salony, kadeřnictví atd., které tyto výrobky budou využívat v rámci svých procedur (zábaly, ošetření pleti, masáže apod.). Již v této fázi máme předběžně dohodnutou spolupráci se společnostmi:

- Therap – toto relaxační studio pro krásu a zdraví těla nabízí masáže, detoxikační procedury, prodej přírodní kosmetiky, anticelulitidní zábaly atd. Od nás bude odkupovat zboží za účelem jejich použití ve svých procedurách či prodeje. (THERAP, 2012)
- Studio Inn – jedná se o salón krásy, kde se nachází kadeřnictví, kosmetika, masáže, nail design atd. Tento salón od nás bude nakupovat zboží, které bude používat ke kosmetickým procedurám, též k masážím a některé produkty budou používány i v kadeřnictví. (STUDIOINN, © 2011)

Tyto spolupráce budou podloženy smlouvami, ve kterých bude uvedeno, o jaký druh zboží půjde a v jakém množství, za jakou cenu a v jakém čase bude dodáno. Smlouva s relaxačním studiem Therap by prozatím byla stanovena na dobu určitou a to 2 roky. Smlouva se Studiem Inn by byla stanovena na dlouhodobější spolupráci.

11.5 Marketingový plán

11.5.1 Marketingové cíle a strategie

Naším krátkodobým cílem (v průběhu jednoho roku) je vytvořit ve Zlíně povědomí o našem obchodě, díky propagaci a reklamě. Marketingovou strategií bude tedy oslovit co největší počet potenciálních zákazníků.

Naším střednědobým cílem je pak vytvořit si skupinu pravidelných odběratelů a věrných zákazníků, kterým budeme nabízet výhodné nákupy a věrnostní slevy. Střednědobou strategií pak bude stabilizovat se na tomto trhu a to především výběrem kvalitního zboží, uváděním zákazníka na prvním místě, férovým a spolehlivým jednáním.

Dlouhodobým cílem podnikání bude zvyšovat množství našich zákazníků ve Zlíně a Zlínském kraji, rozšiřovat portfolio nabízených výrobků, časem přejít na vlastní výrobu některých produktů a vytvořit si tak vlastní značku kosmetiky z medu a stát se uznávaným výrobcem těchto produktů. Marketingovou strategií jak dosáhnout tohoto cíle bude péče o stávající zákazníky, neustálé zaujímání potenciálních zákazníků reklamou v institucích používajících naše výrobky, výhodnými nákupy a prodejem kvalitních výrobků za rozumné ceny.

Naší misí je propagovat používání výrobků převážně přírodního původu, protože jsou šetrnější než výrobky původu chemického, tedy „Pečovat o zdraví lidí, zdravým z přírody“.

11.5.2 Prodejní strategie podniku

Zboží určené k prodeji budeme nabízet v kamenném obchodě a současně v e-shopu na webových stránkách našeho obchodu. Společně s tímto způsobem prodeje budeme zboží nabízet i skrz naše obchodní partnery, společnosti Therap a Studio Inn. V dalších letech se, vedle již těchto zmíněných obchodních partnerů chystáme najít další odběratele a spolupráci s nimi opět podložit smlouvou. Zboží budeme tedy nabízet i prostřednictvím dalších kosmetických salónů, kadeřnictví či wellness center. Postupem let máme v plánu se zaměřit na vlastní výrobu kosmetiky z medu a snížit tak závislost na našich dodavatelích. Kamenná prodejna společnosti Medová zahrada, s.r.o. bude mít otevřeno Pondělí – Pátek od 8:00 – 17:00 a v Sobotu od 9:00 – 14:00.

11.5.3 Cenová politika a platební podmínky

Cena bude stanovena orientací na náklady i s ohledem ke konkurenčním cenám. Naším cílem v cenové politice je nabízet zboží za ceny nižší než konkurenční, ale přesto uspokojit požadavky našich zákazníků na užitnou hodnotu ze zboží a jakost. Bude se tedy jednat o prodej kvalitního zboží za rozumnou cenu, která bude působit na střední platovou třídu. Bude se jednat o strategii trvale průměrné ceny. Na trh přijdeme již s cenami, za které budeme zboží běžně prodávat, pouze v rámci marketingové strategie nabídneme omezenému počtu prvních zákazníků slevy na vybrané výrobky a vzorky ostatních výrobků. Jednotlivé ceny a zároveň sortiment výrobků je uveden v příloze P III: Ceník.

11.5.4 Propagace

Propagace našeho obchodu a zboží je rozdělena na dvě části a to na část před zahájením provozu podniku a propagaci v průběhu provozu podniku.

Před zahájením provozu se budeme snažit zaujmout co nejvíce potenciálních zákazníků a to tak, že se souhlasem majitelů umístíme do wellness center, kadeřnických a kosmetických salónů, lékáren a dalších podobných institucí, letáky, vyrobené speciálně pro příležitost zaujetí prvních možných zákazníků. Tyto letáky budou informovat jak o kamenném, tak o internetovém obchodě, ve stručnosti o naší nabídce a především o datu otevření našeho obchodu a otevírací době. Pro vymezený počet prvních zákazníků bude poskytnuta sleva ve výši 20 % na vybrané výrobky (masti, šampony, tělová mléka apod.) a dále jim budou přibaleny vzorky na jiné produkty zdarma. Náklady na toto zlevněné zboží jsou zahrnuty v tabulce 2, konkrétně v položce nákladů na otevření obchodu. Také před zahájením podnikání vytvoříme naše webové stránky, jejichž adresa bude uvedena v letáku. Kromě letáků se budeme snažit zviditelnit na sociálních sítích jako je Facebook, Twitter apod.

Po zahájení provozu našeho podniku budeme dál pokračovat v dodávání letáků do již zmíněných provozoven s upozorněním na nové zboží či sezónní novinky (například na Vánoce máme v plánu nabízet kosmetické balíčky za speciální ceny, též na Valentýna, apod.). Takto budeme postupovat i na sociálních sítích. Dále máme v plánu využívat slevové portály (např. www.slevici.cz), kde jednou za čas nabídneme zákazníkům slevy na vybrané výrobky, na sezónní výrobky, balíčky a podobně.

Následující tabulka zachycuje rozpočet marketingových výdajů před a po zahájení provozu podniku. Marketingové výdaje před zahájením provozu podniku jsou jednorázovým výdajem oproti výdajům po zahájení provozu, které budou vynakládány měsíčně.

Tabulka 2 Marketingový rozpočet (vlastní zpracování)

Marketingové výdaje před zahájením provozu podniku (v Kč)		
Tvorba www stránek	5 000	
Letáky a cedule na obchod	9 180	
Náklady na otevření obchodu	15 000	
Marketingové výdaje celkem	29 180	
Marketingové výdaje po zahájení provozu podniku (v Kč)		
Výdaje	měsíční	roční
Akce na slevových portálech, v obchodě a jiné	5 000	60 000
Letáky	183, 42	2 201
Marketingové výdaje celkem	5 183, 42	62 201

11.5.5 Distribuční politika

Jak již bylo zmíněno výše, našimi odbytovými cestami bude přímý prodej skrz náš obchod na tř. T. Bati ve Zlíně, prodej přes e-shop na našich webových stránkách a distribuce do společností Therap a Studio Inn, které budou s našimi výrobky pracovat v rámci svých procedur. Díky těmto odběratelům by mohlo docházet i k nepřímému prodeji zboží a to zákazníkům, kteří navštěvují tyto salóny krásy. Protože se v majetku společnosti zatím nenachází vůz, kterým by se dodávka dala uskutečnit, rozhodli jsme se využívat služeb expresní přepravní služby PPL, která naše zboží doručí na místo určení. Náklady na tuto přepravu jsou zahrnuty ve fixních nákladech. Dále jak na webových stránkách, tak v obchodě budeme osobně poskytovat rady, které se budou týkat použití výrobků či informací o účincích medů, produktů z medu a jejich použití.

11.6 Obchodní plán

Zaměřili jsme se na výběr takových dodavatelů, jejichž výrobky jsou vysoce kvalitní, účinné a především zdravotně nezávadné. Z důvodu snížení rizika a vytvoření kvalitního portfolia zboží, máme smlouvené obchodní vztahy s několika dodavateli, a to s podniky:

- Schellex – tato firma se zabývá prodejem medových produktů, kosmetiky z medu, biopotravin, ovocných vín atd. Její sídlo je v Chrudimi a budeme od ní nakupovat některé kosmetiky, potravinové doplňky a léčiva. Tato firma již dodává do velkoobchodů a maloobchodů, biopotravin a obchodů se zdravou výživou. (SCHELLEX, © 2012)
- Firma Pleva – od tohoto výrobce budeme nakupovat převážně kosmetiku z medu a medových produktů a léčiva. Tento dodavatel dodává uvedené zboží již do mnoha biomarketů a obchodů se zdravou výživou. Jeho značka je tedy lety ověřená a zaručuje kvalitu výrobků. Firma se nachází v podhůří Orlických hor a specializují se na zpracování včelích produktů do kosmetiky a potravinových doplňků z kvalitního medu. Nabízejí nejširší sortiment kosmetiky se včelími produkty v České republice. (Pleva, 2012)
- Včelařství Urban – od tohoto včelařství budeme nakupovat medy a to konkrétně medy nektarové, lípové, lesní, luční, slunečnicové a pastované. Toto rodinné včelařství se nachází ve Vsetínských vrších v okolí Velké Lhoty. Produkuje kvalitní med, který není ovlivněn snůškou ze zemědělských rostlin. (Rodinné včelařství Urban, 2012)

Tito dodavatelé nám dle smluvních vztahů budou dodávat zboží na konci každého měsíce, abychom první den následujícího měsíce mohli zákazníkům nabídnout dostatečné množství zboží, nových produktů či akčních nabídek. Zboží bude dodavatelům placeno v krátkém časovém okamžiku a to po příjmu zboží na sklad nacházejícího se přímo v naší provozovně. Zboží zde bude skladováno a postupně přesouváno do prodeje během celého měsíce, než dojde k novému nákupu. Díky tomu, že toto zboží nepodléhá rychlé expiraci, nemáme ze skladování obavy.

Přesto pokud zaznamenáme nízký odbyt zboží, upravíme po dohodě s našimi dodavateli jeho nakupované množství dle potřeby a budeme se snažit doprodat skladové zásoby. V

opačném případě bychom naše objednávky u dodavatelů navýšily, nebo bychom zajistily dodavatele dalšího.

Co se týče dodávání zboží společnostmi Therap a Studio Inn, po přijetí dodávky od našich dodavatelů vyčleníme sjednané množství zboží pro tyto společnosti, které jim následně doručíme v co nejkratším čase, aby nebyla ohrožena jejich činnost. Inkaso těchto pohledávek proběhne podle smlouvy do konce měsíce, na začátku kterého bylo zboží dodáno.

V tabulce 3 uvedené níže je znázorněn harmonogram podnikatelských činností, tedy dodavatelských zajištění, prodeje, platby a inkasa. Je rozdělen na tři části. První část ještě zasahuje do roku 2012, kdy nakoupíme zásoby, jež budou potřebné pro začátek podnikání. Proto je zde symbol nákupu zboží a současně jeho úhrady. Nakoupené zboží následně dodáme našim odběratelům, kteří nám jej do konce měsíce uhradí. Část uvedená v roce 2013 znázorňuje provoz podniku, jednotlivé nákupy, dodávky, platby a činnost samotného prodeje v obchodě a na internetových stránkách. Na konci roku 2013 pak bude proveden nákup zboží, které bude prodáváno první měsíc roku 2014.

Tabulka 3 Harmonogram podnikatelských činností (vlastní zpracování)

Rok 2012	Rok 2013												Rok 2014
P	L	Ú	B	D	K	Č	Čer	S	Z	Ř	L	P	L
	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△	△
	>	>	>	>	>	>	>	>	>	>	>	>	>
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	

Význam jednotlivých symbolů je uveden v následující tabulce 4 níže.

Tabulka 4 Význam symbolů harmonogramu podnikatelských činností (vlastní zpracování)

L, Ú, B, D...	Počáteční písmena měsíců v roce	🏠	Prodej v obchodě a na internetových stránkách
>	Dodání zboží do Therap a Studia Inn	🛒	Nákup zboží
-	Platba dodavatelům za zboží	+	Inkaso od odběratelů Therap a Studio Inn

11.7 Personální zdroje

Ve společnosti Medová zahrada, s.r.o. zpočátku budeme pracovat jen my dvě, Zuzana Králová a Michaela Zapletalová, tedy zakladatelky podniku. Na sezónní nákupy, jako jsou vánoční svátky, budeme na výpomoc přijímat spolehlivé brigádníky. Podle vývoje tržní poptávky, zisků a celkového vývoje společnosti, zvážíme příjem spolehlivých brigádníků či zaměstnanců na částečný úvazek. Pokud se společnosti bude během let dařit a bude dosahovat stabilního zisku, nabídneme zaměstnancům pracujícím na částečný úvazek, pracovní místa na plný úvazek nebo bychom přijali zaměstnance další. Jednalo by se o práci prodeje v obchodě a požadovali bychom ukončené středoškolské vzdělání, spolehlivost a příjemné vystupování. Výhodou by byla praxe v oboru, která ale není podmínkou.

11.8 Finanční plán

11.8.1 Zakladatelský rozpočet

V souvislosti se vznikem podniku vzniknou různé výdaje, které musejí být zaplacené z nějakých finančních zdrojů. Tento rozpočet slouží hlavně k uvědomění si potřeby a případného zajištění finančních prostředků. V tabulce 5 níže uvádíme, které výdaje provedeme a z jakých zdrojů budou kryty.

Tabulka 5 Zakladatelský rozpočet (vlastní zpracování)

Výdaje		Současný stav finančních prostředků	
Zřizovací výdaje	30 420 Kč	Zuzana Králová	230 000 Kč
Výdaje		Současný stav finančních prostředků	
Nákup softwaru	40 000 Kč	Michaela Zapletalová	200 000 Kč
Vybavení a oprava prodejny	127 000 Kč		
Zásoby	325 460 Kč		
Marketingové výdaje před zahájením provozu podniku	29 180 Kč		
Celkem výdaje	552 060 Kč	Celkem současný stav finančních prostředků	430 000 Kč

Z výše uvedené tabulky 5 vyplývá, že financování společnosti pouze z našich vlastních zdrojů nebude stačit a bude potřebné využít i cizích zdrojů, tedy úvěru. Jeho výše bude stanovena na základě potřeby zbylého pokrytí výdajů a potřebné rezervy peněžních prostředků k financování provozu prodejny.

11.8.2 Informace o výdajích

- Zřizovací výdaje

Tyto výdaje budou vynaloženy na zřízení podniku, jako je zaplacení poplatku za zápis do obchodního rejstříku, zaplacení správních poplatků a zálohy za pronájem provozovny. Tyto výdaje budou hrazeny z našich vlastních peněžních prostředků a bude se jednat o:

Zápis do obchodního rejstříku	5 000 Kč
Zaplacení správního poplatku	1 000 Kč
Výpisy z trestního rejstříku, ověření listin a podpisů	420 Kč
Záloha za pronájem na ¼ roku dopředu.....	24 000 Kč
Celková suma	30 420 Kč

- Nákup softwaru

Na provoz podniku budeme potřebovat softwarové vybavení a to v tomto složení:

Operační systém Windows 7.....	7 000 Kč
Microsoft office 2010 pro podnikatele.....	8 000 Kč
Účetní program Money S4 Premium	22 000 Kč
Antivir	3 000 Kč
<hr/>	
Celková suma	40 000 Kč

Jednotlivé složky softwaru se nebudou daňově odepisovat z důvodu nedosažení cenové hranice stanovené pro odepisování (60 000Kč). Jejich opotřebení bude evidováno účetně pro naši potřebu. Nákup softwaru bude hrazen z našich finančních zdrojů.

- Nákup vybavení a oprava prodejny

Naši budoucí prodejnu budeme muset před podnikáním opravit a provést další drobné úpravy. Poté ji vybavíme nábytkem, tedy prodejními pulty, regálovými systémy, stoly, židlemi a dalším zařízením. Toto bude financováno z bankovního úvěru.

Výmalba, montérské práce, zpřístupnění k internetové síti	34 000 Kč
Vybavení prodejny a skladu s dopravou a montáží.....	29 910 Kč
Vybavení kanceláře s dopravou a montáží.....	27 500 Kč
Nákup elektronické pokladny.....	25 290 Kč
Nákup dekorace apod.....	10 300 Kč
<hr/>	
Celková suma	127 000 Kč

Stejně jako u softwaru tyto jednotlivé položky nedosahují cenové hranice (40 000 Kč) stanovené pro daňové odepisování a jejich opotřebení bude evidováno pouze účetně pro naši potřebu.

- Zásoby

Před zahájením provozu podniku nakoupíme zásoby, jejichž pořízení budeme financovat též z vlastních zdrojů. Zásoby budou v tomto složení:

Kosmetika	216 750 Kč
Léčiva	82 870 Kč
Medy a medové pochutiny	25 840 Kč
<hr/>	
Celková suma	325 460 Kč

- Marketingové výdaje

Marketingové výdaje před zahájením provozu podniku budou v hodnotě 29 180 Kč. Výčet a cena jednotlivých položek byla uvedena v tabulce 2 výše.

Všechny výše uvedené movité majetky budou v počáteční rozvaze uvedeny v řádku časového rozlišení a v průběhu roku budou rozpuštěny do nákladů. Ve stálých aktivech se, stejně jako u softwarového vybavení, neobjeví z důvodu nedosažené cenové hranice pro jeho zařazení (40 000 Kč).

11.8.3 Počáteční rozvaha

Do Obchodního rejstříku bude společnost zapsána se základním kapitálem 430 000 Kč, který bude k tomuto dni splacen v plné výši. Konkrétně bude splacen nákupem zásob v ceně 325 460 Kč a zbytek bude použit na úhradu zřizovacích výdajů, nákup softwaru a úhradu počátečních marketingových výdajů. Zbytek peněz bude ponechán v pokladně. Nákup vybavení a oprava prodejny budou provedeny z bankovního úvěru, který si vezmeme ve výši 414 300 Kč. Zbytek peněz bude rozdělen mezi pokladnu a bankovní účet. Struktura počáteční rozvahy je uvedena v následující tabulce 6.

Tabulka 6 Počáteční rozvaha (vlastní zpracování)

Aktiva	Počáteční rozvaha k 1. 1. 2013 (v Kč)		Pasiva
Stálá aktiva		Vlastní zdroje	
		Základní kapitál	430 000
Oběžná aktiva		Cizí zdroje	
Zásoby	325 460	Bankovní úvěr	414 300
Běžný účet	262 000		
Pokladna	30 240		
Časové rozlišení	226 600		
Aktiva celkem	844 300	Pasiva celkem	844 300

Stálá aktiva, která bychom řadily do dlouhodobého hmotného, nehmotného či finančního majetku, nemáme. Nakoupili jsme pouze vybavení do naší provozovny, které se nachází společně s nákupem softwaru, výdaji na marketingové aktivity a zřizovacími výdaji, v časovém rozlišení, konkrétně v nákladech příštího období. Tyto položky budou v průběhu roku převedeny do nákladů podniku. Bilanční suma je pak ve výši 844 300 Kč.

11.8.4 Úvěrové splátky

Vzali jsme si úvěr u České spořitelny na částku 414 300 Kč (D), který budeme splácet 10 let (n) s fixním úrokem ve výši 7,85 % (i). Výši ročních splátek (anuity) stanovíme tímto výpočtem:

$$a = D * \frac{i}{1 - (1 + i)^{-n}} \quad (1)$$

$$a = 414\,300 * \frac{0,0785}{1 - (1 + 0,0785)^{-10}}$$

$$a = 61\,325,82 \text{ Kč}$$

Umořovací plán na budoucích 10 let je uveden v tabulce 7 níže:

Tabulka 7 Umořovací plán (vlastní zpracování)

Rok	Anuita	Úrok	Úmor	Dluh
2012				414 300 Kč
2013	61 325,82 Kč	32 522,55 Kč	28 803,27 Kč	385 496,73 Kč
2014	61 325,82 Kč	30 261,49 Kč	31 064,33 Kč	354 432,4 Kč
2015	61 325,82 Kč	27 822,94 Kč	33 502,88 Kč	320 929,52 Kč
2016	61 325,82 Kč	25 192,96 Kč	36 132,86 Kč	284 796,66 Kč
2017	61 325,82 Kč	22 356,53 Kč	38 969,29 Kč	245 827,37 Kč
2018	61 325,82 Kč	19 297,44 Kč	42 028,38 Kč	203 798,99 Kč
2019	61 325,82 Kč	15 998,22 Kč	45 327,6 Kč	158 471,39 Kč
2020	61 325,82 Kč	12 440, 00 Kč	48 885,82 Kč	109 585,57 Kč
2021	61 325,82 Kč	8 602,46 Kč	52 723,36Kč	56 862,21 Kč
2022	61 325,82 Kč	4 463,68 Kč	56 862,14 Kč	0 Kč

Úvěr bude bance splacen v roce 2022.

11.8.5 Hospodaření společnosti

Hospodaření naší společnosti předvedeme v období prvního roku našeho podnikání, ve třech rovinách vývoje a to reálného, optimistického a pesimistického. Nejprve ale charakterizujeme naše náklady a výnosy.

- Náklady

Ceny fixních nákladů budou odvíjeny od cen jednotlivých položek nacházejících se na trhu. Variabilní náklady budou odvíjeny od množství prodaného zboží, tedy konkrétně dle výše nákladů na prodané zboží. Dále do variabilních nákladů budou v průběhu roku zavedeny položky časového rozlišení, tedy náklady příštího období. Bude se jednat o marketingové výdaje, nákup softwaru, oprava a vybavení provozovny a zřizovací výdaje. Výdaje na tyto položky budou jednorázové před zahájením provozu podniku a v následujících letech se již v nákladech neobjeví.

- Výnosy

Pokud jde o výnosy, náš podnik bude mít dva druhy výnosů. První druh výnosů bude pocházet od našich odběratelů, společností Therap a Studia Inn. Ty od nás budou na základě smlouvy každý měsíc kupovat stejné množství výrobků, tudíž výnosy ze spolupráce s nimi budou naší jistotou. Dodávanými výrobky budou pleťové krémy, pleťové masky, pleťové vody, balzámy na vlasy, masti a zábaly. Výnosy od jednotlivých odběratelů jsou uvedeny v příloze P IV: Výnosy z prodeje zboží obchodním partnerům.

Druhý typ výnosů bude pocházet od zákazníků nakupujících v našem kamenném a internetovém obchodě. Jistota těchto výnosů neexistuje, proto jejich odhad stanovíme výpočtem.

Určíme si, kolik zákazníků by denně, jak v našem obchodě, tak na internetových stránkách, mohlo provést nákup. Jak už bylo zmíněno výše, naše otvírací doba je 6 dní v týdnu, ale díky činnosti e-shopu jsme se odvážili počítat i s prodejem v 7- mém dnu týdne, kdy většina potenciálních zákazníků relaxuje ve svých domovech a často na internetu.

Množství potenciálních zákazníků bude nejprve vypočteno jako měsíční. Předpokládáme, že každý z těchto zákazníků si koupí jeden výrobek, tedy budeme vědět i množství prodaného zboží měsíčně. Výpočet se provede takto:

$$\begin{aligned} & \text{Počet zákazníků na den} \times \text{počet prodejních dnů} \times \text{počet týdnů v měsíci} = \\ & = \text{množství zákazníků za měsíc (množství prodaného zboží měsíčně)} \end{aligned} \quad (2)$$

Výnosů se dopočítáme trojčlenkou, kdy si nejprve vypočítáme výnos, kterého bychom dosáhly, pokud bychom prodaly během měsíce všechno nakoupené zboží.

Výnosu opravdu prodaného zboží s jakým v reálné variantě počítáme, dosáhneme podílem množství opravdu prodaného zboží a množství zboží, které bylo nakoupeno, a vynásobíme výnosem, kterého bychom dosáhly při prodeji všeho nakoupeného zboží. Tak dostaneme měsíční výnos za zboží, se kterým počítáme, že se prodá. Poté vynásobíme 12- ti měsíci a dostaneme výnos roční. Níže je uveden výpočet ročních výnosů z prodeje zboží v obchodě a na internetu.

Výpočet výnosů z prodeje zboží v obchodě a na internetu:

$$\begin{array}{l} \text{Zboží nakoupené k prodeji} \dots\dots\dots \text{Výnos z prodeje tohoto zboží} \\ \text{Množství prodaného zboží měsíčně} \dots\dots\dots \text{Výnos z prodaného zboží (X)} \end{array} \quad (3)$$

Výpočet výnosů z prodaného zboží za měsíc:

$$\begin{array}{l} \text{Množství prodaného zboží / Zboží nakoupené k prodeji} \times \text{Výnos z prodeje tohoto} \\ \text{zboží} = \text{Výnos z prodaného zboží (X)} \end{array} \quad (4)$$

Výpočet výnosů z prodaného zboží za rok:

$$\text{Výnos z prodaného zboží (X)} \times 12 \text{ měsíců} = \text{Výnos z prodaného zboží za rok} \quad (5)$$

Celkové výnosy z prodeje dostaneme součtem výnosů z prodeje zboží v obchodě a v e-shopu a výnosů z prodeje zboží společnostem Therap a Studio Inn.

V následujícím textu bude popsán již výše zmíněný vývoj hospodaření v rovině reálné, optimistické a pesimistické.

- Hospodaření v roce 2013

A. Reálná varianta hospodaření

Náklady na provoz podniku jsou rozděleny na fixní a variabilní. Náklady na prodané zboží jsou odvíjeny od množství nakoupeného zboží našimi zákazníky, jejichž počet bude uveden dále ve výpočtu výnosů. Struktura nákladů je uvedena v následující tabulce 8.

Tabulka 8 Struktura a cena nákladů – reálná varianta (vlastní zpracování)

Náklady pro rok 2013 (v Kč)			
Fixní náklady		721 201	
Pronájem prostor	96 000	Pojištění provozovny	24 000
Mzdy managementu	432 000	Energie	24 000
Správa webových stránek	5 000	Náklady na dopravu	36 000
Poplatky za telefon a internet	42 000	Marketing	62 201
Variabilní náklady		3 588 673	
Náklady na prodané zboží	3 317 550	Balení	12 000
Marketingové výdaje	29 180	Splátka úroků z úvěru	32 523
Nákup vybavení provozovny	93 000	Nákup softwaru	40 000
Zřizovací výdaje	30 420	Oprava provozovny	34 000
Celkem náklady		4 309 874	

Výpočet ročních výnosů je proveden v následující tabulce 9. Jako reálný odhad počtu našich zákazníků jsme si stanovili množství 50 zákazníků denně, kteří si buď u nás v obchodě nebo v e-shopu koupí alespoň 1 ks zboží. Celkové výnosy tedy budou součtem výnosů z prodeje zboží společností Therap a Studiu Inn a předpokládaných výnosů z prodeje zákazníkům v obchodě a na internetu.

Tabulka 9 Výnosy z prodeje zboží – reálná varianta (vlastní zpracování)

Výpočet výnosů z prodeje zboží v obchodě a na internetu:	
2 240 ks.....	195 115 Kč
1 400 ks.....	X
Výpočet výnosů z prodaného zboží za měsíc (v Kč):	
$X = 1\,400 / 2\,240 \times 195\,115 = 121\,946,88$	
Výpočet výnosů z prodaného zboží za rok (v Kč):	
$121\,946,88 \times 12 = 1\,463\,363$	
Roční výnosy z prodeje zboží společností Therap a Studio Inn (v Kč):	
$261\,200,00 \times 12 = 3\,134\,400$	
Celkem výnosy pro rok 2013 (v Kč):	
4 597 763	

Hospodářský výsledek podnikání pro první rok činnosti 2013 v reálné variantě hospodaření vychází:

Tabulka 10 Hospodářský výsledek – reálná varianta (vlastní zpracování)

Hospodářský výsledek k 31. 12. 2013 (v Kč)	
Výnosy	4 597 763
-	
Náklady	4 309 874
HV před zdaněním	287 889
Daň 19 %	54 699
HV po zdanění	233 190

Hospodářský výsledek, pro rok 2013, vyšel kladně. Společnost tedy bude již v prvním roce podnikání zisková. Tok peněžních prostředků tohoto roku, vypočítán přímou metodou, bude mít následující strukturu:

Tabulka 11 Výkaz Cash flow – reálná varianta (vlastní zpracování)

Výkaz Cash flow k 31. 12. 2013 (v Kč)	
Peněžní prostředky na počátku období	292 240
Příjmy z prodeje zboží (+)	4 597 763
Výdaje na nákup zboží (-)	3 905 520
Výdaje na úhradu nákladů (-)	765 724
Výdaje na úhradu úmoru (-)	28 803
Výdaje na úhradu daně (-)	54 699
Peněžní prostředky na konci období	135 257

Peněžní prostředky na počátku období jsou součtem množství peněz na bankovním účtu a v pokladně na počátku období. Po přičtení příjmů z prodeje zboží a odečtení všech výdajů v průběhu roku, jsou výsledkem peněžní prostředky na konci účetního období. V této variantě vývoje budou vyšší než na začátku období. Konečná rozvaha na konci účetního období je uvedena v tabulce 12.

Tabulka 12 Konečná rozvaha – reálná varianta (vlastní zpracování)

Aktiva	Konečná rozvaha k 31. 12. 2013 (v Kč)		Pasiva	
Stálá aktiva			Vlastní zdroje	
			Základní kapitál	430 000
			Rezervní fond	21 500
			HV po zdanění	211 690
Oběžná aktiva			Cizí zdroje	
Zásoby	913 430		Úvěr	385 497
Oběžná aktiva			Cizí zdroje	
Běžný účet	100 000			
Pokladna	35 257			
1 048 687			1 045 687	

V prvním roce podnikání vznikne rezervní fond, který jsme jakožto společnost s ručením omezeným povinny tvořit. Ten by měl být ve výši 10 % hodnoty zisku, ale maximálně 5% základního kapitálu. Závazek vůči bance se sníží. Konečný stav zásob na skladě bude vyšší, než byl na začátku období, protože se tam již nachází zboží určené k prodeji pro příští rok. Zbytek tvoří zásoba zboží. V následující tabulce 13 je uvedena doba návratnosti naší investice do podnikání.

Tabulka 13 Doba návratnosti investice do podnikání (v Kč) – reálná varianta (vlastní zpracování)

Doba návratnosti investice	Rok 2013	Rok 2014	Rok 2015	Rok 2016	Rok 2017
Kapitálový výdaj	844 300	0	0	0	0
Čistý roční zisk	211 690	475 380	577 169	657 611	738 222
Čistý peněžní příjem za rok	211 690	475 380	577 169	657 611	738 222
Kumulativní CF	211 690	687 070	1 264 239	1 921 850	2 660 072

Z tabulky 13 vyplývá, že investice vložené do podnikání, bude v reálné variantě hospodaření při stabilním růstu zisku a nákladech, plně navracena za cca 2 a ¼ roku podnikání.

Následující vzorec se týká výpočtu NPV (Net present value = čistá současná hodnota), která nám zhodnotí, zda je tento projekt výhodné přijmout či ne.

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t} - KV \quad (6)$$

CF.....generovaný peněžní tok v daném roce

t.....doba životnosti

i.....míra diskontovaná

KV..... kapitálový výdaj

Tabulka 14 Čistá současná hodnota – příjmy a výdaje – reálná varianta (vlastní zpracování)

Rok	Příjmy (v tis. Kč)	Výdaje (v tis. Kč)
2012	0	552
2013	4 597	4 816
2014	4 890	4 835
2015	5 183	4 854
2016	5 475	4 862
2017	5 768	5 069
2018	6 061	5 284
2019	6 353	5 499
2020	6 646	5 714
2021	6 939	5 929
2022	7 231	6 144

Předchozí tabulka 14 obsahuje výši příjmů a výdajů, kterých dosáhneme v budoucích 10 letech činnosti. Čistá současná hodnota, pokud nám banka poskytuje 0,10% úrokovou míru z vkladů, vyjde:

$$\begin{aligned}
 NPV &= \frac{4\,597}{1,001} + \frac{4\,890}{1,001^2} + \frac{5\,183}{1,001^3} + \frac{5\,475}{1,001^4} + \frac{5\,768}{1,001^5} + \frac{6\,061}{1,001^6} + \frac{6\,353}{1,001^7} + \frac{6\,646}{1,001^8} + \frac{6\,939}{1,001^9} + \frac{7\,231}{1,001^{10}} - \\
 &\left(552 + \frac{4\,816}{1,001} + \frac{4\,835}{1,001^2} + \frac{4\,854}{1,001^3} + \frac{4\,862}{1,001^4} + \frac{5\,069}{1,001^5} + \frac{5\,284}{1,001^6} + \frac{5\,499}{1,001^7} + \frac{5\,714}{1,001^8} + \frac{5\,929}{1,001^9} + \frac{6\,144}{1,001^{10}} \right) = \\
 &58\,794,988 - 53\,254,66 = 5\,540 \text{ tis. Kč}
 \end{aligned}$$

Čistá současná hodnota vyšla kladně, investici do podnikání můžeme beze strachu vložit.

B. Optimistická varianta hospodaření

U této varianty budeme počítat s vyšším počtem zákazníků, kteří by si v obchodě nebo na internetu koupili alespoň 1 výrobek. Cena nákladů na prodané zboží ve variabilních nákladech se bude odvíjet od množství prodaného zboží.

Tabulka 15 Struktura a cena nákladů – optimistická varianta (vlastní zpracování)

Náklady pro rok 2013 (v Kč)			
Fixní náklady		721 201	
Variabilní náklady		4 176 643	
Náklady na prodané zboží	3 905 520	Balení	12 000
Marketingové výdaje	29 180	Splátka úroků z úvěru	32 523
Nákup vybavení provozovny	93 000	Nákup softwaru	40 000
Zřizovací výdaje	30 420	Oprava provozovny	34 000
Celkem náklady		4 897 844	

Variabilní náklady se v položce „Náklady na prodané zboží“ oproti reálné variantě zvýšily z důvodu toho, že v optimistické variantě počítáme s vyšším odbytem zboží.

V následující tabulce 16 je uveden výpočet ročních výnosů. Jako optimistický odhad počtu našich zákazníků jsme si stanovili množství 80 zákazníků denně, kteří si u nás v kamenném či internetovém obchodě koupí alespoň 1 ks zboží. To znamená, že zboží co nakoupíme, bude prodáno. Výnosy z prodeje zboží našim obchodním partnerům zůstávají ve stejné výši.

Tabulka 16 Výnosy z prodeje zboží – optimistická varianta (vlastní zpracování)

Výpočet výnosů z prodeje zboží v obchodě a na internetu:	
2 240 ks.....	195 115 Kč
2 240 ks.....	X
Výpočet výnosů z prodaného zboží za rok (v Kč):	
195 115 x 12 = 2 341 380	
Roční výnosy z prodeje zboží společnostem Therap a Studio Inn (v Kč):	
261 200, 00 x 12 = 3 134 400	
Celkem výnosy pro rok 2013 (v Kč):	
5 475 780	

Hospodářský výsledek s výší těchto výnosů bude tedy:

Tabulka 17 Hospodářský výsledek – optimistická varianta (vlastní zpracování)

Hospodářský výsledek k 31. 12. 2013 (v Kč)	
Výnosy	5 475 780
	-
Náklady	4 897 844
HV před zdaněním	577 936
Daň 19 %	109 808
HV po zdanění	468 128

Pokud od nás denně nakoupí zboží 80 zákazníků, bude náš hospodářský výsledek po zdanění téměř půl milionu.

Tok peněžních prostředků bude mít tuto strukturu:

Tabulka 18 Výkaz Cash flow – optimistická varianta (vlastní zpracování)

Výkaz Cash flow k 31. 12. 2013 (v Kč)	
Peněžní prostředky na počátku období	292 240
Příjmy z prodeje zboží (+)	5 475 780
Výdaje na nákup zboží (-)	3 905 520
Výdaje na úhradu nákladů (-)	765 724
Výdaje na úhradu úmoru (-)	28 803
Výdaje na úhradu daně (-)	109 808
Peněžní prostředky na konci období	958 165

Peněžní prostředky na konci období budou dostatečně vysoké na to, abychom při takovém odbytu nakupovali více zboží, po kterém bude poptáváno a současně abychom si vytvořili mírnou rezervu zboží. Při tomto vývoji bude konečná rozvaha taková:

Tabulka 19 Konečná rozvaha – optimistická varianta (vlastní zpracování)

Aktiva	Konečná rozvaha k 31. 12. 2013 (v Kč)		Pasiva		
Stálá aktiva		Vlastní zdroje			
		Základní kapitál	430 000		
		Rezervní fond	21 500		
		HV po zdanění	446 628		
Oběžná aktiva		Cizí zdroje			
Zásoby	325 460	Úvěr	385 497		
Běžný účet	900 000				
Pokladna	58 165				
1 283 625		1 283 625			

Změna oproti počáteční rozvaze zde nastane především v peněžních prostředcích, které se zvýší a samozřejmě v hospodářském výsledku, ze kterého bude vytvořen povinný rezervní fond v maximální výši 5 % základního kapitálu. Výše úvěru bude snížena o stejnou částku jako v předchozí variantě. Zásoby na skladě, které zbudou, budou již zásoby pro prodej v dalším roce. Následující tabulka znázorňuje dobu návratnosti investice vložené do podnikání.

Tabulka 20 Doba návratnosti investice do podnikání – optimistická varianta (vlastní zpracování)

Doba návratnosti investice	Rok 2013	Rok 2014	Rok 2015	Rok 2016	Rok 2017
Kapitálový výdaj	844 300	0	0	0	0
Čistý roční zisk	446 628	710 319	812 107	892 550	973 160
Čistý peněžní příjem za rok	446 628	710 319	812 107	892 550	973 160
Kumulativní CF	446 628	1 156 947	1 969 054	2 861 604	3 834 764

Z tabulky 20 vyplývá, že investice vložené do podnikání se při optimistickém vývoji hospodaření za stabilního růstu zisku a nákladů navrátí za cca 1 a ½ roku podnikání.

V následující tabulce 21 jsou uvedeny příjmy a výdaje v budoucích 10 letech. Poté je níže proveden výpočet NPV (Net present value = čistá současná hodnota), která nám zhodnotí, zda je tento projekt výhodné přijmout či ne.

Tabulka 21 Čistá současná hodnota – příjmy a výdaje – optimistická varianta (vlastní zpracování)

Rok	Příjmy (v tis. Kč)	Výdaje (v tis. Kč)
2012	0	552
2013	5 475	4 815
2014	5 768	5 067
2015	6 061	5 282
2016	6 353	5 497
2017	6 646	5 712
2018	6 939	5 927
2019	7 231	6 142
2020	7 524	6 357
2021	7 817	6 572
2022	8 109	6 787

S 0,10% úrokovou mírou z vkladů, kterou nám banka poskytuje, bude čistá současná hodnota taková:

$$\begin{aligned}
 NPV &= \frac{5\,475}{1,001} + \frac{5\,768}{1,001^2} + \frac{6\,061}{1,001^3} + \frac{6\,353}{1,001^4} + \frac{6\,646}{1,001^5} + \frac{6\,939}{1,001^6} + \frac{7\,231}{1,001^7} + \frac{7\,524}{1,001^8} + \frac{7\,817}{1,001^9} + \frac{8\,109}{1,001^{10}} - \\
 &\left(552 + \frac{4\,815}{1,001} + \frac{5\,067}{1,001^2} + \frac{5\,282}{1,001^3} + \frac{5\,497}{1,001^4} + \frac{5\,712}{1,001^5} + \frac{5\,927}{1,001^6} + \frac{6\,142}{1,001^7} + \frac{6\,357}{1,001^8} + \frac{6\,572}{1,001^9} + \frac{6\,787}{1,001^{10}} \right) = \\
 &68\,526,906 - 58\,373,56 = 10\,153 \text{ tis. Kč}
 \end{aligned}$$

S tímto kladným výsledkem čisté současné hodnoty je výhodné investici přijmout.

C. Pesimistická varianta hospodaření

U pesimistické varianty počítáme s nižším počtem zákazníků, kteří by nakupovali v našem kamenném či internetovém obchodě. Tento počet jsme stanovili na 10 zákazníků za den. Výnosy z tohoto prodeje budou nižší než předchozích variantách hospodaření i když výnosy z prodeje našeho zboží společností Therap a Studio Inn zůstanou ve stejné výši.

Tabulka 22 Struktura a cena nákladů – pesimistická varianta (vlastní zpracování)

Náklady pro rok 2013 (v Kč)			
Fixní náklady		721 201	
Variabilní náklady		2 804 713	
Náklady na prodané zboží	2 533 590	Balení	12 000
Marketingové výdaje	29 180	Splátka úroků z úvěru	32 523
Nákup vybavení provozovny	93 000	Nákup softwaru	40 000
Zřizovací výdaje	30 420	Oprava provozovny	34 000
Celkem náklady		3 525 914	

Výpočet ročních výnosů je proveden v následující tabulce 23. Jako pesimistický odhad počtu našich zákazníků jsme si stanovili množství 10 zákazníků za den, kteří si od nás koupí alespoň 1 ks zboží.

Tabulka 23 Výnosy z prodeje zboží – pesimistická varianta (vlastní zpracování)

Výpočet výnosů z prodeje zboží v obchodě a na internetu:	
2 240 ks.....	195 115 Kč
280 ks.....	X
Výpočet výnosů z prodaného zboží za měsíc (v Kč):	
$X = 280 / 2\,240 \times 195\,115 = 24\,389,38$	
Výpočet výnosů z prodaného zboží za rok (v Kč):	
$24\,389,38 \times 12 = 292\,673$	
Roční výnosy z prodeje zboží společností Therap a Studio Inn (v Kč):	
$261\,200,00 \times 12 = 3\,134\,400$	
Celkem výnosy pro rok 2013 (v Kč):	
3 427 073	

V následující tabulce 24 je vypočítán hospodářský výsledek s výnosy pesimistické varianty.

Tabulka 24 Hospodářský výsledek – pesimistická varianta (vlastní zpracování)

Hospodářský výsledek k 31. 12. 2013 (v Kč)	
Výnosy	3 427 073
	-
Náklady	3 525 914
HV před zdaněním	-98 841
Daň 19 %	0
HV po zdanění	-98 841

S počtem 10 zákazníků denně, kteří si koupí 1 výrobek, se dostáváme do záporných hodnot hospodářského výsledku. Jsme tedy ve ztrátě. Tok peněžních prostředků poté bude následující:

Tabulka 25 Výkaz Cash flow – pesimistická varianta (vlastní zpracování)

Výkaz Cash flow k 31. 12. 2013 (v Kč)	
Peněžní prostředky na počátku období	292 240
Příjmy z prodeje zboží (+)	3 427 073
Výdaje na nákup zboží (-)	3 905 520
Výdaje na úhradu nákladů (-)	765 724
Výdaje na úhradu úmoru (-)	28 803
Výdaje na úhradu daně (-)	0
Peněžní prostředky na konci období	-980 734

Peněžní prostředky budou zvýšeny o příjem z prodeje zboží a sníženy o výdaje na jejich nákup, úhradu nákladů a úvěru. Daň vzhledem k zápornému hospodářskému výsledku bude nulová. Jak uvádí výkaz peněžních toků, budeme mít na konci období silný nedostatek peněžních prostředků.

Tabulka 26 obsahuje Konečnou rozvahu pesimistické varianty.

Tabulka 26 Konečná rozvaha – pesimistická varianta (vlastní zpracování)

Aktiva	Konečná rozvaha k 31. 12. 2013 (v Kč)	Pasiva
Stálá aktiva		Vlastní zdroje
		Základní kapitál
		430 000
		Rezervní fond
		0
		HV po zdanění
		-98 841
Oběžná aktiva		Cizí zdroje
Zásoby	1 697 390	Úvěr
		385 497
Běžný účet	-900 000	
Pokladna	-80 734	
716 656		716 656

Stav zásob z důvodu nízkého odbytu bude vysoký, peněžní prostředky naproti tomu budou ve velké ztrátě. Hospodářský výsledek vyjde záporně, nebudeme moci tedy vytvořit rezervní fond, který máme povinný. Úvěr se sníží o jeho splátku.

Co se týče vysokého stavu zásob, jakmile zaznamenáme během roku nízký odbyt, snížíme množství nakupovaného zboží a budeme se snažit doprodat to, co je na skladě.

V tabulce 27 je uvedena doba návratnosti při pesimistické variantě vývoje hospodaření.

Tabulka 27 Doba návratnosti investice do podnikání – pesimistická varianta (vlastní zpracování)

Doba návratnosti investice	Rok 2013	Rok 2014	Rok 2015	Rok 2016	Rok 2017
Kapitálový výdaj	844 300	0	0	0	0
Čistý roční zisk	-98 841	165 266	242 417	341 223	424 970
Čistý peněžní příjem za rok	-98 841	165 266	242 417	341 223	424 970
Kumulativní CF	-98 841	66 425	308 842	650 065	1 075 035

V pesimistické variantě vývoje hospodaření by se, při stabilním růstu zisku a nákladech, investice do podnikání navrátila cca po 4 a ½ letech podnikání.

V následující tabulce 28 je poté uvedena výše příjmů a výdajů, kterých v budoucích 10 letech dosáhneme. Níže je proveden výpočet NPV (Net present value = čistá současná hodnota), která nám zhodnotí, zda je tento projekt výhodné přijmout či ne.

Tabulka 28 Čistá současná hodnota – příjmy a výdaje – pesimistická varianta (vlastní zpracování)

Rok	Příjmy (v tis. Kč)	Výdaje (v tis. Kč)
2012	0	552
2013	3 427	4 700
2014	3 719	4 788
2015	4 012	4 761
2016	4 305	4 780
2017	4 597	4 799
2018	4 890	4 818
2019	5 183	4 837
2020	5 475	4 998
2021	5 768	5 071
2022	6 061	5 286

S 0,10% úrokovou mírou z vkladů bude čistá současná hodnota taková:

$$\begin{aligned}
 NPV &= \frac{3\,427}{1,001} + \frac{3\,719}{1,001^2} + \frac{4\,012}{1,001^3} + \frac{4\,305}{1,001^4} + \frac{4\,597}{1,001^5} + \frac{4\,890}{1,001^6} + \frac{5\,183}{1,001^7} + \frac{5\,475}{1,001^8} + \frac{5\,768}{1,001^9} + \frac{6\,061}{1,001^{10}} - \\
 &\left(552 + \frac{4\,700}{1,001} + \frac{4\,788}{1,001^2} + \frac{4\,761}{1,001^3} + \frac{4\,780}{1,001^4} + \frac{4\,799}{1,001^5} + \frac{4\,818}{1,001^6} + \frac{4\,837}{1,001^7} + \frac{4\,998}{1,001^8} + \frac{5\,071}{1,001^9} + \frac{5\,286}{1,001^{10}} \right) = \\
 &47\,153,13 - 49\,119,11 = -1\,966 \text{ tis.Kč}
 \end{aligned}$$

Při pesimistickém vývoji hospodaření by tuto investici nebylo výhodné přijmout.

D. Odůvodnění záporného hospodářského výsledku

V pesimistické variantě vyšel záporný hospodářský výsledek především kvůli rozpouštěným výdajům na nákup vybavení provozovny, které byly během roku rozpouštěny do nákladů. Tyto výdaje jsou uvedeny v počáteční rozvaze v časovém rozlišení. Níže jsou v tabulce 29 uvedeny ukázky nákladů a hospodářského výsledku bez rozpouštěných výdajů na vybavení provozovny do nákladů v průběhu roku. Výnosy jsou ve stejné výši, jako bylo počítáno v pesimistické variantě.

Tabulka 29 Celkové náklady bez výdajů na vybavení provozovny a výnosy (vlastní zpracování)

Náklady pro rok 2013 (v Kč)			
Fixní náklady		721 201	
Variabilní náklady		2 575 852	
Náklady na prodané zboží	2 533 590	Balení	12 000
		Splátka úroků z úvěru	30 262
Celkem náklady		3 297 053	
Celkem výnosy		3 427 073	

V tabulce 30 je vypočítán hospodářský výsledek bez rozpuštěných výdajů na vybavení provozovny do nákladů.

Tabulka 30 Hospodářský výsledek bez výdajů na vybavení provozovny (vlastní zpracování)

Hospodářský výsledek k 31. 12. 2014 (v Kč)	
Výnosy	3 427 073
	-
Náklady	3 297 053
HV před zdaněním	130 020
Daň 19 %	24 704
HV po zdanění	105 316

Pokud bychom nerozpustily do nákladů výše uvedené výdaje, byly bychom na konci roku 2014 při stejném vývoji hospodaření, tedy pesimistickém, ziskový.

11.9 Hodnocení rizik

Jsme si vědomy, že i v našem podnikání mohou nastat jistá rizika. Proto v této části plánu uvádíme, jaká rizika nás mohou ohrozit a jaká proti nim vytvoříme opatření. Pokud však i přes tato opatření rizika nastanou, zhotovily jsme plány na jejich řešení. U jednotlivých rizik uvádíme také sílu jejich vlivu na činnost podniku a to v bodech 1 – 5, kdy 5 značí silný dopad rizika, který může vést až ke krachu podniku.

Tabulka 31 Potenciální rizika (vlastní zpracování)

Riziko	Vliv	Opatření	Řešení
Překročení množství plánovaných nákladů	3	Tvorba finančních rezerv	Zvýšení zisku, řízení nákladů
Chyby v tvorbě strategie, plánování	3	Nezávislý poradce	Změna strategie
Nedostatečná zkušenostní či vzdělanostní vybavenost managementu	1	Vzdělávání, kurzy	Využití poradce
Společnosti Therap a Studio Inn odstoupí od smlouvy	5	Zajištění jiných odběratelů	Uzavření smlouvy s další společností
Společnost Therap po vypršení smlouvy osloví jiného dodavatele	5	Nabídka výhod, slev, zajištění jiných odběratelů	Uzavření smlouvy s jinou společností
Jiné požadavky zákazníků na zboží	2	Monitoring požadavků	Změna nabídky
Zboží nebude na trhu akceptováno nízké množství zákazníků	4	Marketingová strategie, finanční rezervy	Změna mkt strategie, struktury zboží
Naši dodavatelé se zpozdí s dodávkami, zkrachují či skončí s výrobou	3	Diverzifikace dodavatelů, sankce, smlouvy	Využití jiných dodavatelů
Dodavatelé navýší nákupní cenu zboží, sníží jeho kvalitu	2	Zajištění jiných dodavatelů, smluvní vztahy	Využití jiných dodavatelů
Změna legislativních požadavků	1	Monitoring prostředí	Prizpůsobení se

Největší vliv na činnost našeho podniku má riziko odstoupení od smluv obchodních partnerů Therap a Studia Inn či, že společnost Therap ukončí další spolupráce s naším podnikem. Toto riziko je pro náš podnik největší z důvodu toho, že z prodeje těmto obchodním partnerům nám plynou největší zisky. Lze říci, že bez nich bychom byly ztratováni, než bychom si vytvořili portfolio stálých zákazníků. Dalším aspektem, který by měl vliv na náš podnik je neakceptování našeho sortimentu u zákazníků. Naopak nejnižší vliv na podnikání má vzdělanostní či zkušenostní vybavenost vedení, či jiné požadavky zákazníků, které se dají poměrně jednoduše vyřešit.

V následující tabulce 32 je provedena SWOT analýza společnosti Medová zahrada, s.r.o.

Tabulka 32 SWOT analýza společnosti Medová zahrada, s.r.o. (vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Kvalitní produkty a služby • Rozumné ceny • Lokalita s nízkým počtem přímých konkurentů • Propagace • Výborní dodavatelé • Dohody s odběrateli 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatek zkušeností s vedením podniku • Nízké povědomí o tomto druhu produktu • Nízké povědomí o našem obchodě
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • Výroba vlastních výrobků • Minimální počet prodejen zaměřených na tento druh prodeje • Rozvoj a vstup na nové trhy • Rozšíření sortimentu, výběr lepších dodavatelů • Získání nových odběratelů 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatečné množství zákazníků • Stagnace trendu biokosmetiky • Změna cen zboží, nájemného apod. • Závislost na obchodních partnerech • Problémy s dodavateli či odběrateli • Příliv nových konkurentů kvůli nízkým bariérám vstupu do odvětví

SWOT analýza silných a slabých stránek společnosti znázorňuje přednosti a slabosti podniku. V příležitostech jsou uvedeny činnosti, kterých by společnost mohla využít k dosažení cílů. Hrozby uvádí situace, které mohou podnik ohrozit. Některé z nich byly uvedeny výše v tabulce 31 Potenciální rizika a s nimi opatření a řešení.

12 ZALOŽENÍ A VZNIK PODNIKU MEDOVÁ ZAHRADA, S.R.O.

Založení a vznik podniku Medová zahrada, s.r.o. proběhne takto:

1. Společenská smlouva bude sepsána 1. října 2012 ve Zlíně pod dohledem notáře, který následně ověří pravost podpisů.
2. Vklady do základního kapitálu budou splaceny v plné výši ještě před vznikem společnosti, tedy před zapsáním společnosti do Obchodního rejstříku. Tyto vklady budou splaceny u správce vkladů, kterým bude banka.
3. Žádost o vydání živnostenského oprávnění bude podána v měsíci říjnu, následně po založení společnosti. Další informace o tomto kroku jsou uvedeny v následující kapitole 13 Vydání živnostenského oprávnění.
4. Návrh na zápis společnosti Medová zahrada, s.r.o. do OR bude též proveden v měsíci říjnu, tedy po doručení živnostenského oprávnění k výkonu podnikatelské činnosti. To bude trvat cca 15 dnů. Společnost bude do OR zapsána pod svým obchodním jménem, tedy Medová zahrada, s.r.o. a vznikne na dobu neurčitou.

13 VYDÁNÍ ŽIVNOSTENSKÉHO OPRÁVNĚNÍ

Podnikatelská činnost, kterou budeme provozovat, se nachází v Živnostenském zákoně č. 455/1991 Sb. V Příloze č. 4 k zákonu č. 455/1991 Sb. Živnost volná. Poplatek za ohlášení této živnosti, jakožto prvního ohlášení, bude v hodnotě 1 000 Kč.

Všeobecné podmínky pro získání živnostenského oprávnění budou splněny. Zvláštní podmínky, tedy odborné způsobilosti pro vykonávání této činnosti, nejsou stanoveny.

Poté, až se společnost bude chtít zaměřit na výrobu vlastní kosmetické značky, bude potřeba si zažádat o živnost vázanou, jejíž odbornou způsobilost, či zvláštní podmínky, bude splňovat společnice Zuzana Králová. Tato živnost vázaná se nachází v Živnostenském zákoně č. 455/1991 Sb. v příloze č. 2 k zákonu č. 455/1991 Sb. Živnosti vázané. Toto další ohlášení nás bude stát 500 Kč.

Doklady, které budou předloženy spolu s formulářem ohlášení živnosti, budou tyto:

- Výpisy z rejstříku trestů Zuzany Králové a Michaeli Zapletalové. Ty budou vydány na pracovišti CzechPOINT, náměstí Míru 12, Zlín. Poplatek za jeden výpis je 100 Kč.
- Doklad o zaplacení správního poplatku, který bude činit 1 000 Kč.
- Ověřené kopie společenské smlouvy, jejíž ověření bude provedeno též na pracovišti Czech point, náměstí Míru 12, Zlín.
- Prohlášení Zuzany Králové, jako odpovědného zástupce, že souhlasí s ustanovením do funkce odpovědného zástupce.
- Nájemní smlouva, která nám dává právo k užívání prostor jako provozovny a sídla.

Ohlášení živnosti bude provedeno prostřednictvím JKM, které se ve Zlíně nachází na Magistrátu města Zlína, kam fyzicky doručíme vyplněný jednotný registrační formulář pro společnost s ručením omezeným, spolu s dalšími přílohami.

14 DOPORUČENÍ

Po analýze činností, které je vhodné při založení nového podnikatelského subjektu provést, bych budoucím podnikatelům doporučila, aby start podnikání nepodcenili a dobře se na něj připravili. Už jen z hlediska toho, že se jedná o činnost, které je třeba se opravdu věnovat a je časově náročná. Je známo, že někteří začínající podnikatelé se velmi snadno nadchnou pro nějakou příležitost, ale úvahám, co se bude dít do budoucna či jak budou pokračovat dále, se moc nevěnují. Toto počáteční nadšení často brzy opadne a podnikatelé zjistí, že by například chtěli více času jen pro sebe, že je podnikání vlastně nebaví, podnikají v oboru, který se jim znelíbil či nemá budoucnost, málo prosperuje. Dále se může stát, že se podnik nerozvíjí, protože se mu podnikatel dostatečně nevěnuje, nemají stanoveny žádné cíle, kterých by chtěli dosáhnout, či nakonec zjistí, že pro ně podnikatelská činnost vhodná, a že se na ni povahově nehodí. Budoucím podnikatelům bych proto doporučila:

- Uvědomit si své schopnosti, povahové vlastnosti, zvážit všechny výhody, nevýhody a to čemu se chtějí skutečně věnovat dříve, než se do podnikatelské činnosti pustí. Především vytrvalost je zde důležitým aspektem úspěšnosti. Podnikání sice vypadá jako činnost zisková, ale firmy často dosahují nějakého zisku až po delším čase či vůbec ne. Začínající podniky mnohdy nekončí jen díky špatné hospodářské situaci, která v současnosti zasahuje celý svět, ale také díky vedení podnikatele. Podnik by ale především měl myslet na své zákazníky, a až poté na svůj zisk.
- Zhodnotit činnost (výrobek, službu), kterou by se chtěli zabývat a to jak z hlediska uplatnění na trhu, tak z hlediska reálnosti, finanční náročnosti, konkurenceschopnosti apod. Výhodou pak je, pokud se bude jednat o činnost originální a na trhu zcela novou. K tomuto poslouží již výše zmíněná identifikace a zhodnocení příležitostí.

Pokud si budoucí podnikatel neprojde doporučeními uvedenými výše, je vhodné alespoň:

- Zpracovat podnikatelský plán, díky kterému často vyplynou na povrch fakta či situace, které vzniknou a které bude muset podnikatel podstoupit. Díky tomu si lze spoustu věcí uvědomit. Jednak zde bude vidět reálnost podnikatelské činnosti, finanční náročnost, situaci na trhu, konkurenty, zákazníky a podobně, ale také co všechno bude potřeba zajistit v souvislosti s podnikáním a tím pádem, jakých schopností bude muset podnikatel využít a co překonat. Podnikatelský plán je též

nutné sestavit ohledně žádostí o cizí finanční prostředky u případných investorů, bank, společníků a tak dále, kteří se na jeho základě rozhodnou, zda své peníze podnikateli poskytnou či ne. Tento plán nemusí být sestavován v plné podobě, stačí stručný a výstižný dokument.

- Sestavit finanční plán, pokud má podnikatel pocit, že nejsou potřeba cizí zdroje a představování celého podnikatelského záměru investorům. Finanční plán je důležitý pro uvědomění si potřeby finančních prostředků nejen pro začátek podnikání, ale také v jeho průběhu. Podstatné je zamyslet se nad tím, zda budeme v následujících letech natolik ziskoví, abychom pokryli své náklady, a zda nepřijde chvíle, kdy bude potřeba využít finanční podporu z cizích zdrojů a zvládnout ji v dalších letech pokrývat ziskem. Spolu s finančním plánem bych doporučila sestavit minimálně návrh provozování podnikatelské činnosti a cílů podniku.

Navrhovala bych tedy držet se výše uvedených doporučení. I když mohou být časově náročné, především zmíněný podnikatelský plán, mohou odhalit skutečnosti, na které v dané chvíli podnikatelé nepomyslí.

Dále při zakládání podniku navrhuji nezapomenout na další činnosti, které musí být splněny a jsou u každé právní formy jiné. Jedná se například o sepsání a případné ověření společenských smluv či zakladatelských listin, složení základního kapitálu, minimální či maximální počet společníků a tak dále. Je potřeba si zajistit finanční prostředky, například u banky a zvážit průběh splácení. Poté se jedná o samotnou podnikatelskou činnost, kdy musíme zažádat o povolení k provozování živnosti tedy o vydání živnostenského oprávnění. Tady si musíme dát pozor na to, zda splňujeme jak obecné (18 let, způsobilost k právním úkonům apod.), tak zvláštní podmínky, jako je vyučení v oboru atd. Pokud je nesplňujeme, musíme si stanovit odpovědného zástupce, který je splňovat bude. Důležité je dát si pozor a podat včas návrh na zápis do Obchodního rejstříku, který musí být proveden do 90 ti dnů po založení podnikatelského subjekty či od doručení živnostenského oprávnění. Vzhledem k tomu, že oprávnění podnikat vzniká až dnem zápisu do OR, pokud k tomuto zápisu nedojde, oprávnění zaniká. Jak u návrhu na zápis do OR, tak u žádosti o vydání živnostenského oprávnění musí být přítomny dokumenty, které jsou k tomu potřeba, jako výpisy z rejstříku trestů, kopie společenské smlouvy, doklad o zaplacení správního poplatku apod.

Jak už bylo řečeno výše, podnikání není určeno jen některým lidem, podnikat může každý, i když neví jak přesně začít. To ale není překážkou, protože na internetu se nachází spousta článků a rad, nejen o tom jak začít podnikat, ale také na co si dát pozor, co je potřeba vyřídít, kolik peněz to bude stát a také kde tyto peníze získáme. Jak již bylo zmíněno, existují různé druhy finančních podpor pro začínající podnikatele, ať už od Evropské unie či ze soutěží podnikatelských záměrů.

Určitě každý člověk, který má nějaký nápad, příležitost, životní sen a cítí se na vykonávání podnikatelské činnosti nebo ho jen zajímá, co je její náplní, by měl podnikání zkusit. I když samozřejmě s dávkou rozumu. Podnikání není jen vydělávání peněz, ale je to především jakási forma služby pro zákazníky, které se musí věnovat čas. Jak už bylo zmíněno v teoretické části, k podnikání stačí mít zdravý selský rozum a dávat zákazníkovi to co chce. I ti nejlepší podnikatelé, kteří kdysi začínali, museli překonat krušné začátky, aby se dostali tam, kam chtěli/chtějí. Moje rada budoucím podnikatelům je proto nevzdávat se hned po prvních perných chvílích a vytrvat.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat podmínky založení nového podnikatelského subjektu a vytvořit návrh doporučení pro budoucí podnikatele.

Bakalářská práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. V teoretické části byly uvedeny nejčastější důvody, které jedince vedou k podnikatelské činnosti a také proces rozhodování, který může pomoci s uvědomováním si svých schopností a vyskytujících se příležitostí. Dále zde byla charakterizována volba právní formy, konkrétně jednotlivé formy podnikání, které lze zvolit a také faktory, dle kterých se lze rozhodovat. Největší pozornost byla věnována popisu podnikatelského plánu a jeho jednotlivých částí, který je příhodné před začátkem podnikání sestavit. Kapitola s názvem „Živnosti“ se týkala deskripci živností, jejich druhům a podmínkám, které je potřeba splnit, aby tyto živnosti mohly být provozovány. Poslední kapitola teoretické části se týkala zakládání (vzniku) podnikatelských subjektů a podmínek, které musí být vykonány. Je zde popsáno i vydávání živnostenského oprávnění.

Praktická část obsahuje analýzu činností, jejichž splnění bylo spojeno se založením nového podnikatelského subjektu. Je zde zhotoven průchod rozhodovacím procesem, kde byla provedena analýza sebe sama, srovnání výhod a nevýhod zaměstnaneckého poměru a podnikatelské činnosti a to vše s výsledným rozhodnutím – vstoupit do podnikání. Tato kapitola též pojednávala o identifikaci a zhodnocení příležitosti, která se nabízí a která byla uznána jako vhodná činnost k podnikání. Tato příležitost se týká prodeje přírodních výrobků z medu a dalších včelích produktů. V následující kapitole byla poté volena vhodná právní forma podnikání s ohledem na vlastní požadavky a budoucí rozvoj podniku. Právní formou byla zvolena společnost s ručením omezeným, která uvedeným požadavkům vyhovovala.

Další stránky se věnovaly sestavení plné podoby podnikatelského plánu společnosti Medová zahrada, s.r.o., která se bude zabývat prodejem výrobků z medu a včelích produktů. Byl zde zhotoven popis podniku se základními informacemi o něm samotném, dále zde byly uvedeny informace o vybrané lokalitě k podnikání, kterou bylo vybráno město Zlín a způsob a struktura financování. Dále se jednalo o charakteristiku produktu, kdy podnik bude prodávat kosmetiku, léčiva a pochutiny z medu a včelích produktů. Analýza prostředí, která následovala, se týkala analýzy situace na trhu, která je vzhledem k současnému trendu prodeje přírodních produktů kladná, dále konkurence, kde bylo

zjištěno, že přímý konkurent se konkrétně ve Zlíně nachází jen jeden a dále se jedná o konkurenty nepřímé, poté byli charakterizováni zákazníci, kterými budou převážně ženy, starší generace a obchodní partneři jako salóny krásy, wellness centra apod. V další části podnikatelského plánu byl zhotoven marketingový plán, kde byl sestaven i rozpočet marketingových aktivit. Následoval obchodní plán s dodavatelskými zajištěními a personální zdroje společnosti. Poté byla větší část věnována zejména finančnímu plánu, kde byl vytvořen zakladatelský rozpočet se souhrnem potřebných výdajů a finančních prostředků, počáteční rozvaha a v souvislosti s tím také hospodaření společnosti ve výhledu 1 roku. V hospodaření společnosti je počítáno s reálným, optimistickým a pesimistickým vývojem hospodaření, kdy první dva vývoje vyšly s kladným výsledkem hospodaření a poslední se záporným výsledkem. Ke každé rovině vývoje zde byly kromě jejich hospodářských výsledků uvedeny toky cash flow a konečné rozvahy. V další kapitole „Hodnocení rizik“ se jednalo o vyhodnocení rizik, která mohou nastat a ohrozit podnik a dále opatření, která jim mohou zabránit. Největším rizikem pro společnost je odstoupení obchodních partnerů od smluv či změna dodavatele po jejich vypršení, protože tito obchodní partneři přinášejí společnosti největší výnosy a téměř jistotu zisku. Také zde byla vypracována SWOT analýza vzniklé společnosti Medová zahrada, s.r.o. Ze sestavení podnikatelského plánu vyplynulo, že zvolená podnikatelská činnost je vzhledem k situaci na trhu reálná a při stabilním vývoji lze do budoucna předpokládat úspěch. Poslední kapitola praktické části byla věnována charakteristice průběhu jak založení a vzniku popisovaného podnikatelského subjektu, tak vydání živnostenského oprávnění.

Po absolvování podmínek založení nového podnikatelského subjektu, byla navržena doporučení pro budoucí podnikatele, kterými je, aby si před vstupem do podnikání uvědomily své schopnosti a zvážili, zda pro jejich osobnost nebude lepší pracovní poměr. Dále aby alespoň, pokud se tímto prvním doporučením nebudou zabývat, sestavili podnikatelský plán, který jim o činnosti podnikání řekne více. Také je důležité zamyslet se nad finančními prostředky. Dalším doporučením bylo, co by v souvislosti se založením (vznikem) podniku měli nebo neměli udělat, tedy, že se musí sestavit společenská smlouva či zakladatelská listina, poté na co by si měli dát pozor, jako například na dostatek finančních zdrojů a jejich zajištění, jaké lhůty podání návrhů či žádostí dodržovat, že nesmí zapomenout na potřebné dokumenty apod. V neposlední řadě byla také poskytnuta jakási podoba psychické podpory do budoucna, aby využili příležitostí, kterých se jim nabízí a zkusili své štěstí.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

MONOGRAFIE

BLAŽKOVÁ, Martina, 2007. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing. Manažer. Marketing. ISBN 978-80-247-1535-3.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK, 2005. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada. Expert. ISBN 80-247-0939-2.

HISRICH, Robert D. a Michael P. PETERS, c2002. *Entrepreneurship*. 5 th. ed. Boston: McGraw-Hill/Irwin. ISBN 0071229167.

KISLINGEROVÁ, Eva, 2010. *Manažerské finance*. 3. vyd. Praha: C.H.Beck., Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-194-9.

KOLÁŘOVÁ, Eva, 2011. *Daně individuálního podnikatele*. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.

KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO, 2005. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost*. Brno: Computer Press. Praxe podnikatele. ISBN 802510592x.

KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA, c2007. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press. Praxe podnikatele. ISBN 978-80-251-1605-0.

KRAUSEOVÁ, Jaruše a kol., 2007. *Zakladatelský finanční záměr firmy: do kapsy*. Slaný: Melandrium. ISBN 978-80-86175-54-6.

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

SRPOVÁ, Jitka, Ivana SVOBODOVÁ, Pavel SKOPAL a Tomáš ORLÍK, 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4103-1.

SYNEK, Miloslav, 2011. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. Expert. ISBN 978-80-247-3494-1.

SYNEK, Miloslav a kol., 2007. *Manažerská ekonomika*. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. Expert. ISBN 978-80-247-1992-4.

SYNEK, Miloslav, KISLINGEROVÁ Eva a kol., 2010. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.

ŠVARCOVÁ, Jena, 2008. *Ekonomie: stručný přehled: teorie a praxe aktuálně a v souvislostech*. Zlín: CEED. ISBN 978-80-903433-7-5.

VEBER, Jaromír, SRPOVÁ Jitka a kol., 2008. *Podnikání malé a střední firmy*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. Expert. ISBN 978-80-247-2409-6.

WUPPERFELD, Udo, 2003. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Praha: Management Press, 2003: Management Press. Malé a střední podnikání. ISBN 8072610759.

ZÁMEČNÍK, Roman, Zuzana TUČKOVÁ a Petr NOVÁK, 2010. *Podniková ekonomika I*. Zlín: Tribun EU. ISBN 978-80-7318-701-9.

ELEKTORNICKÉ ZDROJE

BIO-INFO, 2011. *Pozitivní vývoj světového trhu s přírodní kosmetikou* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/pozitivni-vyvoj-svetoveho-trhu-s-prirodni-kosmetikou>

BUSINESSINFO.CZ, © 1997-2011. *Formuláře* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cz/formulare/>

BUSINESSINFO.CZ, © 1997-2011. *Jednotná kontaktní místa (JKM) v České republice* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/podnikatelske-cinnosti-jkm/jednotna-kontaktni-mista-jkm-cr/1001788/57804/>

BUSINESSINFO.CZ, © 1997-2011. *Podpora podnikání, dotace* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/podpora-podnikani-dotace/1000438/>

CZECHINVEST, © 1994–2012. *Programy podpory* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/programy-podpory>

DOLEČEK, Marek, 2008. Zápis do Obchodního rejstříku. In: *BusinessInfo.cz - oficiální portál pro podnikání a export* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z:

<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pruvodci-podnikatele/zapis-do-obchodniho-rejstriku/1000164/8610/>

DOLEČEK, Marek, 2012. Obchodní společnosti - založení a vznik. In: *BusinessInfo.cz - oficiální portál pro podnikání a export* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/orientace-v-pravnich-ukonech/obchodni-spolecnosti-zalozeni-vznik-opu/1000818/46132/>

DOPREDU.CZ, 2010. *Podnikání fyzických osob* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.dopredu.cz/podnikani-fyzickych-osob/>

FIRMY. CZ, © 1996–2012. *Slunečnice - zdravá výživa* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.firmy.cz/detail/2590687-slunecnice-zdrava-vyziva-otrokovice.html>

FIRMY ZLÍN, © 2007 - 2012. *Porta Sante, s.r.o.* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.firmy-zlin.eu/f208890-porta-sante--s-r-o---prodej-potravin-zlin-prodej-potravin/>

HAMPL, David, 2012. Předpoklady úspěchu začínající firmy: Silná motivace, správné předpoklady a dobrý odhad.. *MladýPodnikatel.cz - jak podnikat, podnikání, rozhovory* [online]. [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://mladypodnikatel.cz/predpoklady-uspechu-zacinajici-firmy-silna-motivace-spravne-predpoklady-a-dobry-odhad-t1242>

IDE, 2008 - 2012. *Podnikatelský plán* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.ide-vse.cz/podnikatelsky-plan.html>

IPODNIKATEL.CZ, 2011. *Burza podnikatelských nápadů a kapitálu k podnikání* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Uvody-sekci/burza-podnikatelskych-napadu-a-kapitalu-k-podnikani.html>

IPODNIKATEL.CZ, 2011. *Co je potřeba si ujasnit, než začnete podnikat* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Nez-zacnete-podnikat/co-je-potreba-si-ujasnit-nez-zacnete-podnikat.html>

IPODNIKATEL.CZ, 2011. *Zápis obchodní společnosti do Obchodního rejstříku* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-obchodni-spolecnosti/zapis-firmy-do-obchodniho-rejstriku.html>

JAK PODNIKAT, 2011. *OSVČ, podnikání, podnikatel* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.jakpodnikat.cz/podnikani-osvc-podnikatel.php>

JÜNGER, Josef, 2007. Management a podnikání I. In: *Projekty.osu.cz/projects.osu.eu* [online]. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: http://projekty.osu.cz/pvsos/doc/management_podnikani.pdf

KUCHAŘ, Vladimír, © 2009. Proč je důležité napsat podnikatelský plán. In: *Komplexní marketingové a reklamní služby | Marketingová kancelář* [online]. [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://www.marketingova-kancelar.cz/tipy-zdarma/proc-je-dulezite-napsat-podnikatelsky-plan>

KUCHAŘ, Vladimír, © 2009. Pět pravidel pro podnikatelský plán. In: *Komplexní marketingové a reklamní služby | Marketingová kancelář* [online]. [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://www.marketingova-kancelar.cz/tipy-zdarma/p%C4%9Bt-pravidel-pro-podnikatelsk%C3%BD-pl%C3%A1n>

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, © 2005. *Podpora podnikání* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/cz/podpora-podnikani/>

MORÁVEK, Daniel, 2010. 5 důvodů, proč se živit podnikáním. In: *Podnikatel.cz - informace pro váš business a podnikání (zákony, daně, finance, státní správa)* [online]. [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://www.podnikatel.cz/clanky/5-duvodu-proc-se-zivit-podnikanim/>

NALOK.CZ, 2011. *Zlínské farmářské trhy* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.nalok.cz/zlinskytrh>

PLEVA, 2012. *Čistící kosmetika* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.pleva.cz/cistici-kosmetika>

PLEVA, 2012. *Kosmetika podporující hojení* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.pleva.cz/kosmetika-podporujici-hojeni>

PLEVA, 2012. *Výrobky ze včelích produktů* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.pleva.cz/>

PODNIKATEL.CZ, © 2007 – 2012. *Odpovědný zástupce* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.podnikatel.cz/specialy/zacinajici-podnikatel/odpovedny-zastupce/>

PODNIKATEL.ESTRANKY.CZ, 2006. *Důvody proč se stát podnikatelem*. [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: [Důvody proč se stát podnikatelem](#).

POSPĚCHOVÁ, Petra, 2011. Medonosný byznys v Česku: domácí med v obchodech jen tak nekoupíte, pančování není výjimkou. In: *IHNED.cz : Zpravodajský server Hospodářských novin* [online]. [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: [http://life.ihned.cz/?p=030000_d&article\[id\]=54212350](http://life.ihned.cz/?p=030000_d&article[id]=54212350)

PROKOP, Michael, 2005. Jak napsat podnikatelský plán: aneb kudy vede cesta k úspěchu. In: *CzechInvest* [online]. Praha: CzechInvest. [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/podnikatelsky-plan-48-cz.pdf>

RELIANT, 2012. *Aktuální nabídka manažerských kurzů* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.reliant.cz/cz/aktualni-nabidka-manazerskych-kurzu>

RODINNÉ VČELAŘSTVÍ URBAN, 2012. *Prodej medu* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://sites.google.com/site/vcelarstviurban/prodej-medu>

RODINNÉ VČELAŘSTVÍ URBAN, 2012. *Valašsko, včely, med* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://vcelarstvi.blogspot.com/>

RPIC-VIP, © 2007. *Programy na podporu podnikání* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.rpic-vip.cz/web/index.php?id=46>

SHELLEX, © 2012. *Prodej medoviny, medu a bio potravin* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.shellex.cz/>

STŘEDOEVROPSKÉ CENTRUM PRO FINANCE A MANAGEMENT, 2005. *Družstvo* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.finance-management.cz/080vypisPojmu.php?X=Druzstvo&IdPojPass=32>

STUDIOINN, © 2011. *Služby* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.studioinn.cz/>

ŠEBKOVÁ, Michaela, © 2012. Dotace, podpora pro začínající podnikatele. In: *Podnikatelský web — Podnikatelský web* [online]. [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://www.podnikatelskyweb.cz/dotace-pro-zacinajici-podnikatele/>

ŠTREJT, Vladimír, 2007. Správně zvolená forma podnikání ušetří čas i peníze. In: *Peníze.cz - Půjčky, Kurzy měn, Akcie, Hypotéky, Bydlení, Daně* [online]. [cit. 2012-05-

13]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/zivnosti/39104-spravne-zvolena-forma-podnikani-usetri-cas-i-penize>

THERAP, 2012. *Therap* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.therap.cz/>

U ZELENÉHO STROMU, © 2012. *Biomarket U zeleného stromu ve Zlíně vás vítá...* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.zdravizprirody.cz/>

VČELAŘSKÉ POTŘEBY, 2012. *Dotace pro české včelaře z Evropské unie* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://vcelarske-potreby.on-line-obchod.cz/dotace-pro-vcelare>

VČELAŘSTVÍ SEDLÁK, © 2012. *Produkty* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.vcelarstvisedlak.cz/index.php?route=product/category&path=10>

VČELÍ FARMA ŘÍHA, © 2010. *Naše včelí produkty* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://vceliprodukty.cz/web/content/na%C5%A1e-v%C4%8Del%C3%AD-produkty>

VČELÍ PRODUKTY, © 2012. *Včelí produkty* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.vcelky.cz/produkty.htm>

VENCL, Jiří, 2011. Jaké vlastnosti musí mít podnikatelé?. In: *ProfiBiz.cz - Online podnikání* [online]. [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://profibiz.cz/content/jake-vlastnosti-musi-mit-podnikatele-264/>

ZLÍN, © 2008. *Supermarkety, nákupní centra* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.zlin.eu/page/12165.supermarkety-nakupni-centra/>

ŽIVNOSTI.EU, © 2010-2012. *Rozdělení živností* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.xn--ivnosti-cxb.eu/rozdeleni-zivnosti/>

ŽIVNOSTI.EU, © 2010-2012. *Živnosti řemeslné* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.xn--ivnosti-cxb.eu/zivnosti-remeslne/>

ŽIVNOSTI.EU, © 2010-2012. *Živnosti vázané* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.xn--ivnosti-cxb.eu/zivnosti-vazane/>

ŽIVNOSTI.EU, © 2010-2012. *Živnosti volné* [online]. [cit. 2012-05-17]. Dostupné z: <http://www.xn--ivnosti-cxb.eu/zivnosti-volne/>

ZÁKONY

ČESKOSLOVENSKO, 1991. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník. In: *Obchodní zákoník*. č. 513. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast1.aspx>

ČESKOSLOVENSKO. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. In: *Živnostenský zákon*. 1991, č. 455. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/>

MARKOVÁ, Hana, 2012. *Daňové zákony: úplná znění platná k 1.1. 2012*. 21. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4254-0.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

FO	Fyzická osoba.
PO	Právnícká osoba.
OR	Obchodní rejstřík.
JKM	Jednotná kontaktní místa.
JRF	Jednotný registrační formulář.
SWOT	Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb.
s.r.o.	Společnost s ručením omezeným.
k.s.	Komanditní společnost.
v.o.s	Veřejná obchodní společnost.
a.s.	Akciová společnost.
CF	Tok peněžních prostředků.
KV	Kapitálový výdaj.
i	Úroková míra.
t	Počet let.

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obrázek 1</i> Aspekty rozhodovacího procesu (Koráb a Mihalisko, 2005, s. 10).....	14
<i>Obrázek 2</i> Založení a vznik společnosti (Veber, Srpová a kol., 2008)	34
<i>Obrázek 3</i> Vydání živnostenského či jiného oprávnění (Synek a kol., 2007).....	36
<i>Obrázek 4</i> Kosmetika (Pleva, 2012)	48
<i>Obrázek 5</i> Léčiva (Pleva, 2012)	48
<i>Obrázek 6</i> Medy (Rodinné včelařství Urban, 2012)	49

SEZNAM TABULEK

<i>Tabulka 1 SWOT analýza sebe sama (vlastní zpracování)</i>	41
<i>Tabulka 2 Marketingový rozpočet (vlastní zpracování)</i>	55
<i>Tabulka 3 Harmonogram podnikatelských činností (vlastní zpracování)</i>	57
<i>Tabulka 4 Význam symbolů harmonogramu podnikatelských činností (vlastní zpracování)</i>	58
<i>Tabulka 5 Zakladatelský rozpočet (vlastní zpracování)</i>	59
<i>Tabulka 6 Počáteční rozvaha (vlastní zpracování)</i>	62
<i>Tabulka 7 Umořovací plán (vlastní zpracování)</i>	63
<i>Tabulka 8 Struktura a cena nákladů – reálná varianta (vlastní zpracování)</i>	66
<i>Tabulka 9 Výnosy z prodeje zboží – reálná varianta (vlastní zpracování)</i>	67
<i>Tabulka 10 Hospodářský výsledek – reálná varianta (vlastní zpracování)</i>	67
<i>Tabulka 11 Výkaz Cash flow – reálná varianta (vlastní zpracování)</i>	68
<i>Tabulka 12 Konečná rozvaha – reálná varianta (vlastní zpracování)</i>	68
<i>Tabulka 13 Doba návratnosti investice do podnikání (v Kč) – reálná varianta (vlastní zpracování)</i>	69
<i>Tabulka 14 Čistá současná hodnota – příjmy a výdaje – reálná varianta (vlastní zpracování)</i>	70
<i>Tabulka 15 Struktura a cena nákladů – optimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	71
<i>Tabulka 16 Výnosy z prodeje zboží – optimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	71
<i>Tabulka 17 Hospodářský výsledek – optimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	72
<i>Tabulka 18 Výkaz Cash flow – optimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	72
<i>Tabulka 19 Konečná rozvaha – optimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	73
<i>Tabulka 20 Doba návratnosti investice do podnikání – optimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	73
<i>Tabulka 21 Čistá současná hodnota – příjmy a výdaje – optimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	74
<i>Tabulka 22 Struktura a cena nákladů – pesimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	75
<i>Tabulka 23 Výnosy z prodeje zboží – pesimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	76
<i>Tabulka 24 Hospodářský výsledek – pesimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	76
<i>Tabulka 25 Výkaz Cash flow – pesimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	77
<i>Tabulka 26 Konečná rozvaha – pesimistická varianta (vlastní zpracování)</i>	77

<i>Tabulka 27 Doba návratnosti investice do podnikání – pesimistická varianta (vlastní zpracování).....</i>	<i>78</i>
<i>Tabulka 28 Čistá současná hodnota – příjmy a výdaje – pesimistická varianta (vlastní zpracování).....</i>	<i>79</i>
<i>Tabulka 29 Celkové náklady bez výdajů na vybavení provozovny a výnosy (vlastní zpracování).....</i>	<i>80</i>
<i>Tabulka 30 Hospodářský výsledek bez výdajů na vybavení provozovny (vlastní zpracování).....</i>	<i>80</i>
<i>Tabulka 31 Potenciální rizika (vlastní zpracování).....</i>	<i>81</i>
<i>Tabulka 32 SWOT analýza společnosti Medová zahrada, s.r.o. (vlastní zpracování)</i>	<i>82</i>

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Společenská smlouva o založení společnosti s ručením omezeným

Příloha P II: Jednotný registrační formulář pro právnické osoby

Příloha P III: Ceník

Příloha P IV: Výnosy z prodeje zboží obchodním partnerům

Příloha P V: Vzor rozvahy

Příloha P VI: Vzor výkazu zisku a ztráty

PŘÍLOHA P I: SPOLEČENSKÁ SMLOUVA O ZALOŽENÍ S.R.O.

Společenská smlouva o založení společnosti s ručením omezeným

*dle zákona č. 513/91 Sb. pro společné provozování podnikatelské činnosti pod obchodním
jménem*

Níže uvedeného dne, měsíce a roku, se zakladatelé:

....., bytem nar.

a

....., bytem nar.

dohodli o

založení společnosti s ručením omezeným.

Článek I.

Obchodní název, sídlo

1. Obchodní název společnosti:, s.r.o.
2. Sídlo společnosti:

Článek II.

Předmět podnikatelské činnosti

Předmětem podnikání společnosti je:

Článek III.

Základní jmění, obchodní podíly

1. Hodnota základního jmění společnosti je, - Kč (slovy korun českých).
2. Vklady společníků:

Jméno a příjmeníKč

Jméno a příjmeníKč

3. Zakladatelé se zavazují splatit před podáním návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku% svých vkladů, a to u peněžního ústavu v na vinkulovaný účet zřízený za tímto účelem.
4. Zbývající vklady se zavazují splatit do let od zápisu společnosti do obchodního rejstříku.
5. Vklady společníků se stávají majetkem společnosti dnem zápisu společnosti do obchodního rejstříku.
6. Správou vkladů je pověřen
7. Každý společník může mít na společnosti pouze jeden obchodní podíl. Převezme-li společník obchodní podíl jiného společníka nebo vnese-li společník další vklad, zvýší se tím dosavadní obchodní podíl o hodnotu převzatého obchodního podílu nebo vneseného vkladu.

Článek IV.

Jednání a podepisování za společnost

1. Jménem společnosti je oprávněn jednat a podepisovat samostatně jednatel, nebo jím pověřené osoby.
2. Podepisováním za společnost se děje tak, že jednatel připojí svůj podpis k vytištěnému nebo napsanému obchodnímu názvu společnosti.

Článek V.

Orgány společnosti

1. Valná hromada
 - a) Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, která je tvořena všemi společníky společnosti.
 - b) Valná hromada jmenuje jednoho nebo více jednatelů, přičemž jim upraví způsob jednání a jejich pravomoci. Prvním jednatel je, bytem....., narozen.....
 - c) Valná hromada zasedá podle potřeb, minimálně však 1x ročně.
 - d) Do působnosti valné hromady přísluší vše podle ustanovení obchodního zákoníku.

- e) Valná hromada si může vyhradit právo rozhodovat o otázkách, které jinak náleží do pravomoci jiných orgánů společnosti.
- f) Každý společník má jeden hlas za každé% svého obchodního podílu.
- g) Valnou hromadu svolává písemnou pozvánkou s uvedením pořadu jednání jednatel a to tak, aby pozvánka byla doručena alespoň 15 dnů předem.
- h) Usnesení valné hromady může být ve výjimečných případech nahrazeno písemným prohlášením všech společníků, že se zamýšleným rozhodnutím souhlasí. Takovéto rozhodnutí musí být pojato do zápisu na nejbližší valné hromadě. Tento režim se nevztahuje pro rozhodnutí valné hromady, pro které je zapotřebí souhlasu alespoň dvoutřetinové většiny všech hlasů společníků.
- i) Valná hromada může rozhodnout o vytvoření dalších orgánů.

2. Jednatel zejména:

- a) rozhoduje o konkrétních záměrech společnosti, navrhuje koncepci rozvoje a zásady hospodaření společnosti, včetně tvorby a využití fondů společnosti
- b) zabezpečuje vypracování roční účetní závěrky a navrhuje rozdělení zisku nebo ztráty
- c) zajišťuje řádné vedení účetnictví a obchodních knih, svolávání řádných a mimořádných zasedání valné hromady. Mimořádnou schůzi valné hromady jsou povinni svolat, jestliže zjistí, že společnost ztratila jednu třetinu základního jmění, je-li společnost platebně neschopna po dobu delší než tři měsíce nebo požádají-li o to písemně společníci, jejichž obchodní podíl tvoří nejméně 10% základního jmění společnosti.
- d) Jednatel jmenuje valná hromada a stanovuje jeho/jejich vzájemné působení a dělbu pravomoci a odpovědnosti.
- e) Jednatel je řídicí a statutární orgán společnosti, jenž zajišťuje provádění podnikatelské činnosti, organizuje práci společnosti a vykonává zaměstnavatelská práva.
- f) Jednatel zabezpečuje a kontroluje plnění usnesení valné hromady, pravidelně jí podávají zprávy o činnosti společnosti a odpovídají za tuto činnost. Jednatel je oprávněn rozhodovat o všech věcech, které touto smlouvou nebo obecně závazným předpisem nejsou vyhrazeny jiným orgánům.

Článek VI.

Fondy společnosti, účetnictví, výkazy

1. Společnost vytvoří rezervní fond z prvního čistého zisku společnosti. Výše rezervního fondu při jeho vytvoření činí ...% jejího čistého zisku. Rezervní fond se doplňuje přidělem ze zisku ve výši 5% čistého zisku, a to až do doby, kdy rezervní fond dosáhne 10% základního jmění.
2. Účetní závěrka se provádí jednou ročně k příslušného roku s tím, že bude předložena valné hromadě do následujícího roku. Roční závěrka schválená valnou hromadou je podkladem pro její rozhodnutí o použití čistého zisku společnosti.
3. Obchodní rok společnosti je totožný s rokem kalendářním.

Článek VII.

Závěrečná ustanovení

1. Do doby zápisu společnosti do obchodního rejstříku ručí zakládající společníci za závazky převzaté jménem společnosti společně a nerozdílně.
2. Tato smlouva se vyhotovuje v 4 vyhotoveních.

V dne.....

.....

.....

PŘÍLOHA P II: JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ PRO PO



JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ

PRÁVNICKÁ OSOBA

podací razítko

ČÁST A - PODNIKATEL

01 Podnikatel

a) obchodní firma / název právnické osoby ¹		
b) právní forma	c) identifikační číslo	

02 Sídlo

a) název ulice	b) číslo poplaché	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

03 Předmět podnikání (u živností volně vyznačte čísla oborů činnosti na seznamu)
- ve smyslu § 45 resp. § 50 živnostenského zákona ohlašuj živnost resp. žádám o koncesi

pořadové číslo 1.	
-------------------	--

04 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) datum narození	f) rodné číslo		

05 Bydliště / pobyt člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	b) číslo poplaché	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

06 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) datum narození	f) rodné číslo		

07 Bydliště / pobyt člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	b) číslo poplaché	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

08 Odpovědný zástupce

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) státní občanství	f) rodné příjmení	g) datum narození	h) rodné číslo
i) místo narození	j) okres	k) stát	l) pohlaví ¹ žena / muž ¹

09 Bydliště odpovědného zástupce

a) název ulice	b) číslo poplaché	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

10 Pobyt odpovědného zástupce na území ČR (pro zahraniční osoby)

a) název ulice	b) číslo poplaché	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) okres	

¹ vyplní se pouze u fyzické osoby, která nemá přiděleno rodné číslo

11 Datum ustanovení do funkce odpovědného zástupce

12 Ustanovení odpovědného zástupce pro předměty podnikání (pořadové číslo předmětu podnikání)

13 Provozovna

a) název ulice	b) číslo poplach	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) okres	
h) název provozovny		i) umístění provozovny	
j) datum zahájení provozovní činnosti v provozovně		k) identifikační číslo provozovny	
l) provozovna podnikající kolaudací		m) předměty podnikání provozované v provozovně dle poř. čísla / u činnosti volně číslo oboru	

ČÁST B - DAŇOVÁ REGISTRACE

- přikládá se ve smyslu § 125 a násl. daňového řádu k registraci u FÚ v

a) k datu z přjmů právnických osob	<input type="checkbox"/>	b) k datu z přidané hodnoty (přílohou je příloha k DPH)	<input type="checkbox"/>
c) k datu z nemovitostí	<input type="checkbox"/>	ode dne	<input type="text"/>
d) k datu z příjmů z jiných zdrojů	<input type="checkbox"/>	ode dne	<input type="text"/>
e) k datu z přjmů jako příloha:			
1) daně z přjmů ze závislé činnosti a funkčních požitků	<input type="checkbox"/>	ode dne	<input type="text"/>
2) daně z přjmů vybrané sníženou sazbou daně	<input type="checkbox"/>	ode dne	<input type="text"/>
3) zajišťující daň z přjmů	<input type="checkbox"/>	ode dne	<input type="text"/>
f) jedná o statutární orgánem / jinou pověřenou osobou nebo zastupováním v daňových záležitostech *	<input type="checkbox"/>	ANO / NE	
g) jedná se o první daňovou registraci *	<input type="checkbox"/>	ANO / NE	
h) očekávaná daňová povinnost daň z přjmů právnických osob	<input type="checkbox"/>	daň z příjmů z jiných zdrojů	<input type="checkbox"/>
i) číslo účtu u bank, spořitelnic a úvěrních družstev, na nichž mám soustředěny prostředky z podnikatelské činnosti			
účet v ČR - číslo účtu / směrový (identifikační) kód	<input type="text"/>	má, ve které je účet veden	vlastníkem účtu je daňový subjekt
účet vedený v zahraničí - IBAN	<input type="text"/>		<input type="checkbox"/>
j) zahraniční daňové identifikační číslo, stát	<input type="text"/>	k) první předchůdce - daňové identifikační číslo CZ	<input type="text"/>
l) název právnické osoby včetně dodatku / právní forma			

ČÁST C - OZNÁMENÍ PRACOVNÍHO MÍSTA

- oznamuji ve smyslu zákona o zaměstnanosti volné pracovní místo / obsazení volného pracovního místa¹ ÚP v

a) místo výkonu práce	b) název profesce	c) dle KZAM	d) vznik / obsazenost ² ke dni
e) pracovní právní vztah na dobu určitou / neurčitou ³	f) pracovní doba	g) počet míst	h) výše mzdy
i) požadované vzdělání, praxe			j) zveřejňovat
k) kontaktní osoba na pracovišti		l) podmínky: nabízené výhody, speciální požadavky apod.	

ČÁST D - VYBERTE PROVÁDĚNÉ ÚKONY V JEDNOTLIVÝCH ČÁSTECH

a) pro živnostenský úřad	<input type="checkbox"/>	počet příloh	<input type="text"/>	b) pro finanční úřad	<input type="checkbox"/>	počet příloh	<input type="text"/>	c) pro úřad práce	<input type="checkbox"/>	počet příloh	<input type="text"/>
--------------------------	--------------------------	--------------	----------------------	----------------------	--------------------------	--------------	----------------------	-------------------	--------------------------	--------------	----------------------

ČÁST E - ADRESA PRO DORUČOVÁNÍ

a) název ulice	b) číslo poplach	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) okres	
h) adresu použít i pro následující řízení			<input type="checkbox"/>

ČÁST F - DOPLŇUJÍCÍ ÚDAJE

a) telefon	b) daňová schránka	c) e-mail
jméno podatele	příjmení podatele	
vztah k právnické osobě		
V	dne	vlastnoruční podpis

¹ zvolením možnosti ANO vzniká povinnost vyplnit příslušnou část Zvláštní přílohy pro finanční úřad

² zvolením možnosti NE vzniká povinnost vyplnit příslušnou část Zvláštní přílohy pro finanční úřad

PŘÍLOHA P III: CENÍK

Výrobek	Cena nákupní v Kč	Cena prodejní v Kč (50 % marže)
Kosmetika z medu a včelích produktů		
Balzám na rty s medem – kelímek	28,-	42,-
Balzám na rty s medem- kulička	26,-	39,-
Balzám na rty s mateří kašičkou – kelímek	30,-	45,-
Balzám na rty s mateří kašičkou – kulička	28,-	42,-
Pleťový krém s mateří kašičkou	100,-	150,-
Oční krém s medem	60,-	89,-
Denní krém s medem	79,-	119,-
Noční krém s medem	79,-	119,-
Peeling s mateří kašičkou	103,-	155,-
Medový krém proti vráskám	126,-	189,-
Krém s medem pro suchou pleť	81,-	121,5,-
Krém s medem pro citlivou pleť	81,-	121,5,-
Krém s medem pro smíšenou pleť	81,-	121,5,-
Krém s medem pro mastnou pleť	81,-	121,5,-
Čistící pleťová maska s medem	89,-	133,5,-
Uklidňující pleťová maska s medem	89,-	133,5,-
Čistící pleťová maska s mateří kašičkou	91,-	136,5,-
Uklidňující pleťová maska s mateří kaš.	91,-	136,5,-
Medová pleťová voda pro suchou pleť	43,-	64,5,-
Medová pleťová voda pro smíšenou pleť	43,-	64,5,-
Medová pleťová voda pro citlivou pleť	43,-	64,5,-
Medová pleťová voda pro mastnou pleť	43,-	64,5,-
Pleťová voda s propolisem	41,-	61,5,-
Pleťová voda s mateří kašičkou	46,-	69,-

Medové tělové mléko pro suchou pokožku	99,-	148,5,-
Medové tělové mléko pro mastnou pokož.	99,-	148,5,-
Medové tělové mléko pro citlivou pokož.	99,-	148,5,-
Tělové mléko s mateří kašičkou	102,-	153,-
Krém na ruce s propolisem	59,-	89,-
Krém na ruce s medem	50,-	75,-
Medové mýdlo (malé, velké)	19,-; 29,-	28,5,-; 43,5,-
Mýdlo s propolisem (malé, velké)	20,-; 30,-	31,5,-; 46,5,-
Mýdlo s mateří kašičkou (malé, velké)	21,-; 31,-	30,-; 45,-
Medová pěna do koupele	57,-	85,5,-
Šampon s propolisem (poškozené vlasy)	45,-	67,5,-
Šampon s mateří kašičkou (proti lupům)	56,-	84,-
Šampon s medem (pro normální vlasy)	51,-	76,5,-
Kondicionér s mateří kašičkou	39,-	58,5,-
Balzám na vlasy s medem	51,-	76,5,-
Balzám na vlasy s mateří kašičkou	53,-	79,5,-
Balzám na vlasy s propolisem	54,-	81,-
Voda po holení s propolisem	41,-	61,5,-
Pánský krém s medem	100,-	150,-
Léčiva z produktů z medu		
Mast s propolisem	42,-	63,-
Mast s apisínem	49,-	73,5,-
Propolisové kapky	51,-	76,5,-
Spray s propolisem	29,-	43,5,-
Ústní voda s propolisem	38,-	57,-
Zubní pasta s propolisem	36,-	54,-
Sirup proti nachlazení s medem a bezem	41,-	61,5,-
Sirup proti nachlazení s mateří kašičkou	41,-	61,5,-

Sirup proti nachlazení s jitrocelem	41,-	61,5,-
Sirup proti nachlazení s propolisem	41,-	61,5,-
Sirup proti nachlazení s echinaceou	41,-	61,5,-
Zábal (med + bahno)	155,-	232,5,-
Zábal (med + mořské řasy)	155,-	232,5,-
Zábal (med + mateří kašička)	155,-	232,5,-
Zábal (propolis)	155,-	232,5,-
Zábal (výtažky z moře)	155,-	232,5,-
Bonbony proti kašli s propolisem	18,-	27,-
Bonbony proti kašli s pylem	18,-	27,-
Bonbony proti kašli s medem	18,-	27,-
Bonbony proti kašli s mateří kašičkou	18,-	27,-
Medy a pochutiny v medu		
Propolis v medu	59,-	88,5,-
Květový pyl v medu	59,-	88,5,-
Mateří kašička s medem	71,-	106,5,-
Mandle v medu	69,-	103,5,-
Ořechy v medu	69,-	103,5,-
Meduňka v medu	43,-	64,5,-
Čokomedová pomazánka	47,-	70,5,-
Květový pyl - sáček	31,-	46,5,-
Květový pyl - lahvička	41,-	61,5,-
Nektarový med (0,5 kg; 1 kg)	48,-; 71,-	72,-; 106,5,-
Lesní med (0,5 kg; 1 kg)	48,-; 71,-	72,-; 106,5,-
Lípový med (0,5 kg; 1 kg)	48,-; 71,-	72,-; 106,5,-
Luční med (0,5 kg; 1 kg)	41,-; 69,-	61,5,-; 103,5,-
Slunečnicový med (0,5 kg; 1 kg)	41,-; 69,-	61,5,-; 103,5,-
Pastovaný med (0,5 kg; 1 kg)	51,-; 79,-	76,5,-; 118,5,-

PŘÍLOHA P IV: VÝNOSY Z PRODEJE ZBOŽÍ OBCHODNÍM PARTNERŮM

Výrobek	Měsíční výnos (v Kč)	Roční výnos (v Kč)
Výnosy z prodeje zboží společnosti Therap		
Devět druhů pleťových krémů, od každého 30 ks	35 640	427 680
Čtyři druhy pleťových masek, od každé 30 ks	16 200	194 400
Šest druhů pleťových vod, od každé 30 ks	11 655	139 860
Tři druhy balzámů na vlasy, od každého 50 ks	11 850	142 200
Dva druhy mastí, od každé 50 ks	6 825	81 900
Pět druhů zábalů, od každého 80 ks	62 000	744 000
Celkové výnosy	144 170	1 730 040
Výnosy z prodeje zboží společnosti Studio Inn		
Devět druhů pleťových krémů, od každého 50 ks	59 400	712 800
Čtyři druhy pleťových masek, od každé 50 ks	27 000	324 000
Šest druhů pleťových vod, od každé 50 ks	19 425	233 100
Tři druhy balzámů na vlasy, od každého 30 ks	7 110	85 320
Dva druhy mastí, od každé 30 ks	4 095	49 140
Celkové výnosy	117 030	1 404 360
Celkové výnosy z prodeje těmto společnostem	261 200	3 134 400

PŘÍLOHA P V: VZOR ROZVAHY

Zpracováno v souladu s vyhláškou č.
500/2002 Sb. ve znění pozdějších předpisů

ROZVAHA ve zjednodušeném rozsahu

ke dni **31.12.2011**

(v celých tisících Kč)

IČ

Obchodní firma nebo jiný
název účetní jednotky

Sídlo, bydliště nebo místo
podnikání účetní jednotky

0

0

označ a	AKTIVA b	řád c	Běžné účetní období			Min.úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM (ř. 02 + 03 + 07 + 12)	001	0	0	0	0
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	002	0	0	0	0
B.	Dlouhodobý majetek (ř. 04 až 06)	003	0	0	0	0
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	004	0	0	0	0
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	005	0	0	0	0
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	006	0	0	0	0
C.	Oběžná aktiva (ř. 08 až 11)	007	0	0	0	0
C. I.	Zásoby	008	0	0	0	0
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	009	0	0	0	0
C. III.	Krátkodobé pohledávky	010	0	0	0	0
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	011	0	0	0	0
D. I.	Časové rozlišení	012	0	0	0	0

označ a	PASIVA b	řád c	Běžné účetní období 5	Minulé účetní období 6
	PASIVA CELKEM (ř. 14 + 20 + 25)	013	0	0
A.	Vlastní kapitál (ř. 15 až 19)	014	0	0
A. I.	Základní kapitál	015	0	0
A. II.	Kapitálové fondy	016	0	0
A. III.	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku	017	0	0
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	018	0	0
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+ / -) (ř. 01 - 15 - 16 - 17 - 18 - 20 - 25)	019	0	0
B.	Cizí zdroje (ř. 21 až 24)	020	0	0
B. I.	Rezervy	021	0	0
B. II.	Dlouhodobé závazky	022	0	0
B. III.	Krátkodobé závazky	023	0	0
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	024	0	0
C.	Časové rozlišení	025	0	0

Formulář zpracovala ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář, www.danovaprizenani.cz, business.center.cz

PŘÍLOHA P VI: VZOR VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

Zpracováno v souladu s vyhláškou č.
500/2002 Sb. ve znění pozdějších
předpisů

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

ve zjednodušeném rozsahu

ke dni **31.12.2011**

(v celých tisících Kč)

IČ

Obchodní firma nebo jiný název účetní
jednotky

Sídlo, bydliště nebo místo podnikání účetní
jednotky

0

0

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	01	0	0
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	02	0	0
+	Obchodní marže (ř. 01 - 02)	03	0	0
II.	Výkony	04	0	0
B.	Výkonová spotřeba	05	0	0
+	Přidaná hodnota (ř. 03 + 04 - 05)	06	0	0
C.	Osobní náklady	07	0	0
D.	Daně a poplatky	08	0	0
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	09	0	0
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	10	0	0
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	11	0	0
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období (+ / -)	12	0	0
IV.	Ostatní provozní výnosy	13	0	0
H.	Ostatní provozní náklady	14	0	0
V.	Převod provozních výnosů	15	0	0
I.	Převod provozních nákladů	16	0	0
*	Provozní výsledek hospodaření (ř. 06 - 07 - 08 - 09 + 10 - 11 - 12 + 13 - 14 + (-15) - (-16))	17	0	0
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	18	0	0
J.	Prodané cenné papíry a podíly	19	0	0
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku	20	0	0
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	21	0	0
K.	Náklady z finančního majetku	22	0	0
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	23	0	0
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	24	0	0
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti (+ / -)	25	0	0
X.	Výnosové úroky	26	0	0
N.	Nákladové úroky	27	0	0

Formulář zpracovala ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář, www.danovaprizenani.cz, business.center.cz

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném 1	minulém 2
XI.	Ostatní finanční výnosy	28	0	0
O.	Ostatní finanční náklady	29	0	0
XII.	Převod finančních výnosů	30	0	0
P.	Převod finančních nákladů	31	0	0
*	Finanční výsledek hospodaření (ř. 18-19+20+21-22+23-24-25+26-27+28-29+(-30)-(-31))	32	0	0
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	33	0	0
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost (ř. 17 + 32 - 33)	34	0	0
XIII.	Mimořádné výnosy	35	0	0
R.	Mimořádné náklady	36	0	0
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti	37	0	0
*	Mimořádný výsledek hospodaření (ř. 35 - 36 - 37)	38	0	0
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	39	0	0
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) (ř.34+38-39)	40	0	0
****	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-) (ř. 40 + 33 + 37 + 39)	41	0	0

Právní forma účetní jednotky :	0
DIČ :	CZ
Předmět podnikání nebo jiné činnosti :	0

Okamžik sestavení	Podpisový záznam osoby odpovědné za sestavení účetní závěrky	Podpisový záznam statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou
17.05.12 20:48		

Formulář zpracovala ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář, www.danovaprizenani.cz, business.center.cz