

Podnikatelský plán osoby samostatně výdělečně činné

Radek Macháček

Bakalářská práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení
Ústav logistiky
akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Radek MACHÁČEK**
Osobní číslo: **L09301**
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Logistika a management**

Téma práce: **Podnikatelský plán osoby samostatně výdělečně činné**

Zásady pro vypracování:

1. **Problematika podnikatelského plánu- náležitosti podnikatelského plánu osoby samostatně výdělečně činné**
2. **Návrh podnikatelského plánu pro konkrétní osobu samostatně výdělečně činnou v odpovídajícím rozsahu a struktuře**
3. **Shrnutí poznatků teoretické a praktické části, formulace závěru bakalářské práce, zhodnocení naplnění cíle a přínosu práce**

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

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

Seznam odborné literatury:

[1] KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ. Podnikatelský plán. Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-1605-0.

[2] WUPPERFELD, Udo et al. Podnikatelský plán pro úspěšný start, Der Business-Plan für den erfolgreichen Start. Přeložil Jiří PONDĚLÍČEK. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-075-9.

[3] BLACKWELL, Edward. Podnikatelský plán: Průvodce pro malé a střední podnikatele, How to Prepare a Business Plan. Přeložil Jiří TOLMAN. Praha: Readers International Prague, 1993. ISBN 80-901454-1-8.

Další odborná literatura dle doporučení vedoucího bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Jaroslav Rašner, CSc.**

Ústav logistiky

Datum zadání bakalářské práce: **15. prosince 2011**

Termín odevzdání bakalářské práce: **11. května 2012**

V Uherském Hradišti dne 20. února 2012


prof. Ing. Josef Polášek, Ph.D.
děkan




doc. Ing. Jaroslav Rašner, CSc.
ředitel ústavu

Prohlašuji, že

- 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 předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v archivu Fakulty logistiky a krizového řízení Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji 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 předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona 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);
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

- že jsem na bakalářské práci pracoval/a samostatně a použitou literaturu jsem citoval/a. V případě publikace výsledků budu uveden/a jako spoluautor/ka;
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

V Uherském Hradišti, dne 27. 4. 2012


.....
podpis studenta/ky

ABSTRAKT

Předmětem bakalářské práce “Podnikatelský plán osoby samostatně výdělečně činné” je vypracování podnikatelského plánu, který je určen pro živnostníka. V teoretické části jsou popsány základní údaje o osobě samostatně výdělečně činné a jsou tam popsány jednotlivé části podnikatelského plánu. Praktická část obsahuje vypracovaný podnikatelský plán živnostníka, který se pohybuje ve stavebním oboru.

Klíčová slova:

Osoba samostatně výdělečně činná, podnikatelský plán, analýza trhu, finanční plán, marketingový plán

ABSTRACT

The aim of this bachelor thesis “Self-employed business plan” is to compose a business plan which is assigned to sole traders. In the theoretical part are described basic data about self-employed person and also there are described each segments of the business plan. Practical part contains elaborated business plan of a sole trader who works in building industry.

Keywords:

Self-employed, business plan, market analysis, financial plan, marketing plan

Chtěl bych poděkovat vedoucímu své bakalářské práce doc. Ing. Jaroslavu Rašnerovi, CSc. za vedení mé bakalářské práce a za poskytnutí rad a informací pro zpracování práce.

Dál bych chtěl poděkovat panu Petru Peluchovi, díky kterému jsem mohl vypracovat danou bakalářskou práci a za informace, které mi poskytl.

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

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 TEORETICKÁ PODSTATA ŘEŠENÉHO PROBLÉMU	11
1.1 PODNIKÁNÍ FYZICKÝCH OSOB	11
1.1.1 Osoba samostatně výdělečně činná.....	11
1.1.2 Sdružení fyzických osob bez právní subjektivity.....	14
1.2 PODNIKATELSKÝ PLÁN	15
1.2.1 Časti podnikatelského plánu.....	15
1.2.2 Analýza trhu.....	18
1.2.3 Výrobní plán.....	20
1.2.4 Marketingový plán.....	21
1.2.5 Finanční plán.....	22
1.2.6 SWOT analýza.....	25
1.2.7 Analýza rizik.....	26
1.2.8 Příloha.....	28
II PRAKTICKÁ ČÁST	30
2 CÍL A METODIKA PRÁCE	31
2.1 CÍL PRÁCE	31
2.2 METODIKA PRÁCE	31
3 ANALÝZA PODMÍNEK K PODNIKÁNÍ	32
3.1 ANALÝZA PODNIKÁNÍ	32
3.1.1 Základní informace.....	32
3.1.2 Nabízené služby.....	33
3.2 ANALÝZA TRHU	34
3.2.1 Dodavatelé.....	34
3.2.2 Zákazník.....	35
3.2.3 Konkurence.....	35
4 NÁVRH PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	41
4.1 VÝROBNÍ PLÁN	41
4.1.1 Výrobní proces.....	41
4.1.2 Stroje a zařízení.....	42
4.2 MARKETINGOVÝ PLÁN	43
4.2.1 Služby.....	43
4.2.2 Cena.....	43
4.2.3 Místo.....	46
4.2.4 Propagace.....	46
4.2.5 Distribuce.....	46
4.3 FINANČNÍ PLÁN	47
4.3.1 Počáteční rozvaha.....	47
4.3.2 Zakladatelský rozpočet.....	47
4.3.3 Roční plán nákladů a výnosů.....	48
4.3.4 Plán nákladů.....	49
4.3.5 Plán výnosů.....	50

4.3.6	Plánovaný výkaz zisku a ztrát	50
4.3.7	Cash flow	51
5	SWOT ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	53
6	ANALÝZA RIZIK PODNIKÁNÍ	56
	ZÁVĚR	60
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	61
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	64
	SEZNAM OBRÁZKŮ	65
	SEZNAM TABULEK	66
	SEZNAM PŘÍLOH	67

ÚVOD

Cílem bakalářské práce je zhotovení podnikatelského plánu pro osobu samostatně výdělečně činnou (dále jen OSVČ), pro živnostníka. Podnikatelské plány umožňují a usnadňují získání úvěru od banky, kapitál od soukromých nebo institucionálních investorů a podpůrné prostředky ze státních fondů a fondů EU. Proto hrají podnikatelské plány v samotném podnikání velkou roli. Samotný podnikatelský plán nám tak shrnuje koncepci podnikání do písemné podoby, což usnadňuje orientaci nejen podnikateli, ale i cizím lidem, případným investorům. Samotné podnikatelské plány u živnostníků nebývají vůbec vypracovány. Vytvořeny jsou až v případě, pokud je o to požádá banka při žádosti o úvěr.

Bakalářská práce se skládá ze dvou hlavních částí a to teoretické a praktické části.

Teoretická část se jmenuje teoretická podstata řešeného problému, kde je definována osoba samostatně výdělečně činná a popsán podnikatelský plán se všemi svými částmi, ze kterých se skládá.

Praktická část je zde tvořena kapitolami cíl a metodika práce, analýzou podmínek k podnikání, návrhem podnikatelského plánu, SWOT analýzou podnikatelského plánu a analýzou rizik podnikání.

Při psaní bakalářské práce byla využita odborná literatura, legislativa ČR, internetové zdroje a informace od živnostníka.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 TEORETICKÁ PODSTATA ŘEŠENÉHO PROBLÉMU

1.1 Podnikání fyzických osob

U podnikání fyzických osob se setkáváme s termínem OSVČ. Tento termín se převážně používá v českých zákonech o dani z příjmů, v zákonech, které se týkají sociálním zabezpečením a zdravotním pojištěním pro fyzickou osobu. Mezi typické OSVČ patří samostatný zemědělec, soudní znalec, živnostník a samostatně výdělečný umělec [21].

1.1.1 Osoba samostatně výdělečně činná

OSVČ, jiným názvem taky živnostník, je osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění. Živnostník provádí svou činnost samostatně, na vlastní jméno a vlastní zodpovědnost. Účelem jeho snažení je dosažení zisku [5].

Dobrou vlastností živnostníku je, že jsou nezávislí, flexibilní a vytváří si příležitosti běžet za obchodem nebo za vidinou získat více peněz [1]. Živnostník musí působit reprezentativně a většinou využívá část svého domu jako svou kancelář, proto i ta daná část domu musí působit uspořádaně a klient se tam musí cítit pohodlně a příjemně [9].

Živnostník může podnikat prostřednictvím odpovědného zástupce, který musí splňovat podmínky pro provozování živnosti a musí být k podnikateli ve smluvním vztahu [19].

Fyzická osoba, která podniká, ručí neomezeně, celým svým majetkem. Daný podnik fyzické osoby je vlastněn jednou osobou [28]. Podniká pod svým jménem a příjmením, u kterého však může používat odlišující dodatek či označení [19].

Údaje o fyzické osobě, která podniká na základě živnostenského oprávnění, se zapisuje do živnostenského rejstříku a za určitých podmínek i do rejstříku obchodního. Pokud dosáhla nebo přesáhla za dvě bezprostředně následující účetní období výše příjmů či výnosů částku 120 mil. Kč. Za těchto podmínek je to povinné a dané zákonem. Ovšem do obchodního rejstříku se podnikající osoba může zapsat i dobrovolně. Tím pádem, pak název, pod kterým je zapsán živnostník do obchodního rejstříku, je obchodní firmou.

Živnostník je plátcem pojistného na zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení, které v sobě obsahuje pojistné na důchodové pojištění, nemocenské pojištění a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti [19].

1.1.1.1 Základní podmínky pro provozování živnosti

Subjektem, který může provozovat živnost, je buď fyzická, nebo právnická osoba, která splňuje zákony pro provozování živnosti.

Fyzická osoba, aby mohla splňovat všeobecné podmínky pro provozování živnosti, musí mít minimálně 18 let, musí být způsobilý k právním úkonům a musí být trestně bezúhonný [4].

1.1.1.2 Dělení živností

Živnosti se dělí na ohlašovací a koncesované, podle požadavku na odbornou způsobilost [21].

Ohlašovací živnosti jsou ty, které smějí být provozovány na základě ohlášení. Mezi ohlašovací živnosti patří: živnosti řemeslné, vázané a volné [4].

Řemeslné živnosti - abychom získali živnostenské osvědčení pro provozování řemeslné živnosti, potřebujeme výuční list, nebo maturitu v oboru, nebo diplom v oboru, nebo šestiletou praxi v oboru. Příkladem může být zednictví, klempířství, řeznictví, hostinská činnost.

Vázané živnosti - podmínkou pro její získání je prokázání odborné způsobilosti, kterou stanovuje příloha živnostenského zákona. Příkladem jsou provozování autoškoly, vedení účetnictví, masérské služby.

Volná živnost - podnikatel pro její získání nepotřebuje žádnou odbornou způsobilost. Tato živnost obsahuje celkem 80 činností, ze kterých si podnikatel vybere ty, které bude provozovat. Příkladem jsou ubytovací služby, velkoobchod, maloobchod a fotografické služby [21].

Koncesované živnosti jsou provozovány na základě koncese [4].

Koncesované živnosti - tyto živnosti vznikají na základě správního rozhodnutí. Podnikatel pro její získání kromě odborné způsobilosti potřebuje souhlas příslušného orgánu státní správy. Příkladem jsou provozování cestovní kanceláře, taxislužba, pohřební služba, silniční motorová doprava [21].

A jen malý počet živnostníků pracuje v řídicí, administrativní nebo manažerské profesi. Protože živnostníci většinou řídí vlastní obchod a pracují sami pro sebe [17].

1.1.1.3 Získání živnostenského oprávnění

Právnícké a fyzické osoby mohou na základě oprávnění nebo registrace vydaného živnostenským úřadem, profesní komorou či jiným zákonem pověřeným orgánem vykonávat podnikatelské aktivity [27].

Nejprve si musíme ověřit, zda činnost, ve které chceme podnikat, má znaky živnosti. Nesmí se jednat o nějakou nahodilou záležitost nebo o skrytý pracovní poměr [27].

Musíme si taky ověřit, zda splňujeme všeobecné podmínky pro provozování živnosti:

- Plnoletost, dosažení věku 18 let.
- Způsobilost k právním úkonům.
- Bezúhonnost – to se prokáže výpisem z rejstříku trestů.
- Předložení dokladu, který prokáže, že fyzická osoba nemá vůči finančním orgánům státu daňové nedoplatky.

Mezi zvláštní podmínky provozování živnosti patří odborná nebo jiná způsobilost. U řemeslných živností se odborná způsobilost prokáže dokladem o vyučení v praxi a u vázaných živností dokladem o zvláštní odborné způsobilosti.

Vydávání živnostenských oprávnění má na starost místně příslušný živnostenský úřad podle bydliště fyzické osoby nebo podle sídla právnické osoby. Za vydání živnostenského oprávnění se zaplatí správní poplatek.

Na daném živnostenském úřadě se podá ohlášení živnosti nebo žádost o koncesi. Jedná se o předtištěný formulář, ke kterému se dodají požadované dokumenty. Nejčastěji to jsou: výpis z rejstříku trestů, občanský průkaz, doklady o odborné nebo jiné způsobilosti, doklady o právu využívat prostory uvedené jako místo podnikání.

1.1.1.4 Zánik živnostenského oprávnění

Živnostenské oprávnění může pozbyt platnosti v těchto případech:

- Smrt podnikatele, pokud se nerozhodne pokračovat v živnosti dědicové nebo správce dědictví.
- Zánikem právnické osoby.
- Výmazem zahraniční osoby z obchodního rejstříku.
- Stanoví-li tak zvláštní právní předpis.
- Rozhodne-li živnostenský úřad o zrušení živnostenského oprávnění.

Živnostenský úřad může zrušit živnostenské oprávnění, jestliže:

- Podnikatel sám o to požádá.
- Podnikatel již sám nesplňuje podmínky provozování živnosti.
- Nastaly překážky v provozování živnosti.
- Na návrh příslušné správy sociálního zabezpečení.
- Jestliže podnikatel neprovozuje živnost po dobu delší než 4 roky.

1.1.2 Sdružení fyzických osob bez právní subjektivity

Dle občanského zákoníku se několik osob, nejen fyzických, ale i právnických, může sdružit za účelem dosažení sjednaného účelu. Sdružení, které tímto vznikne, nemá právní subjektivitu, nemá způsobilost k právům a povinnostem. Tím pádem nesmí nic vlastnit, darovat ani prodávat. Jediné co poskytují jeho účastníci, jsou pracovní činnost, peníze nebo jiné věci. Majetek, který nabudou, se stává spoluvlastnictvím všech účastníků. Vůči třetím osobám vystupují účastníci společně a nerozdílně. Avšak do právních vztahů vstupují pouze jednotlivci daného sdružení [19].

Členové sdružení ručí neomezeně za závazky, které vznikly z působení jejich činnosti [28].

Sdružení se nikde neregistruje a smlouva o sdružení nemusí být písemná. Proto bývá velmi často veřejností kritizována, především za špatně naformulovanou smlouvu o založení sdružení [19].

U sdružení bez právní subjektivity je důležité, že jeden pověřený účastník musí vést účetnictví. Příjmy, které sdružení získá, se rozděluje podle smlouvy. Pokud to není ve smlouvě uvedeno, vše se rozděluje mezi účastníky sdružení rovným dílem.

Když je jeden účastník účetní jednotkou, musí se vést účetnictví, ne jenom daňovou evidenci.

Jestli dojde k uzavření smlouvy o sdružení mezi živnostníkem a plátcem DPH, stává se živnostník rovněž plátcem DPH, i kdyby nesplňoval podmínky pro povinnou registraci.

Při rozpuštění sdružení se vše rozděluje podle smlouvy, pokud to není stanoveno ve smlouvě tak rovným dílem. Všichni účastníci mají nárok na vrácení všech hodnot (peníze, jiné věci), které do sdružení přinesli. Majetek, který získali během výkonu své činnosti, si rozděluje rovným dílem, pokud ve smlouvě není stanoveno jinak.

Sdružení fyzických osob má řadu svých výhod ale i nevýhod. Mezi výhody patří jednoduchost vzniku, rovnoprávné postavení členů, jednoduchost vystoupení člena, úspory režijních nákladů. A jako nevýhody můžeme uvést problematiku vlastnických vztahů, konflikty a neshody mezi účastníky, kdy sdružení je založeno především na důvěře a solidaritě mezi členy [28].

1.2 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je důležitý, když se chystáme založit podnik, nebo když už podnik máme založený, tak nám shrnuje koncepci podniku do písemné podoby, což nám umožňuje se v ní lépe orientovat, ale ne jen nám, ale taky druhým lidem [28].

Podnikatelský plán nám umožňuje a usnadňuje získat úvěr od banky, kapitál od soukromých nebo institucionálních investorů a podpůrné prostředky ze státních fondů a fondů EU [28]. Ale především získat prostředky z fondu EU je poměrně obtížné, protože se jedná o administrativně náročnou záležitost [7].

Podnikatelské plány u živnostníků nejsou obvykle tak propracované a v mnoha případech nejsou vůbec vypracovány. A obvykle jsou vytvořeny, až je o to požádá banka při žádosti o úvěr [12].

1.2.1 Části podnikatelského plánu

Každý podnikatelský plán se skládá z jednotlivých částí, aby byl lehce srozumitelný. Dále musí být taky stručný, logický a pravdivý. A musíme se snažit, tam kde je to možné, naše slova potvrdit číselnými údaji [3].

1.2.1.1 Titulní list

Titulní list nám udává obchodní název, právní formu podniku, logo firmy, jestli už existuje. Dál obsahuje název podnikatelského plánu, jméno autora a klíčových osob podniku, jako zakladatelů a obsahuje také datum založení firmy [22].

Doporučuje se také v podnikatelském plánu uvést prohlášení, které by zamezilo neoprávněnému používání tohoto dokumentu [22].

1.2.1.2 Obsah

Obsah slouží k tomu, aby čtenáři usnadnil rychlejší vyhledávání informací a aby zpřehlednil daný dokument. Obsah by měl být krátký a měl by zabírat jednu nebo jednu

a půl stránky formátu A4. Nadpisy by měli být členěny maximálně do třech úrovní, podrobnější členění by dělalo obsah nepřehledným, protože i obsah musí být stručný, jasný a přehledný.

1.2.1.3 Úvod, účel a pozice dokumentu

Úvod se řadí na začátek podnikatelského plánu a slouží k tomu, aby popsala účel daného podnikatelského plánu, jeho podrobnost, rozsah a úplnost. Uvádí se v něm, pro koho je podnikatelský plán určen, jestli pro investora, společníky nebo potenciální odběratele. Pokud jde o úplnost dokumentu, můžeme uvést, že se jedná například o první verzi, kde ještě nejsou rozpracované do podrobnosti určité kapitoly, které budou k dostání, k doplnění později. Proto hned v úvodu se zmíníme o tom, jestli se jedná o úplnou verzi nebo o zkrácenou verzi, v níž detaily budou později doplněny.

1.2.1.4 Shrnutí

Shrnutí není úvod, ale mělo by se jednat o zhuštěný popis toho, co je v dalších kapitolách rozpracováno podrobněji. Mělo by vyvolat v čtenáři zvědavost.

Mělo by být jednoduché na pochopení, tak aby čtenář během 5 až 10 minut zjistil, o co se jedná a nemusel pokládat doplňující otázky.

Shrnutí by mělo obsahovat popis produktů, který budeme nabízet, faktory úspěchu jako popis konkurenční výhody našeho produktu a užitek pro potenciálního zákazníka, popis trhu na jakém se podnik nachází, jména klíčových osobností a jejich úspěchů a v poslední řadě musí taky obsahovat finanční informace jako celková kapitálová náročnost, délka financování, potřeba cizích zdrojů [22, 28].

U shrnutí je nejdůležitější to, že musí obsahovat co nejvíc důležitých informací na co nejmenší počtu stran, aby to čtenáře neodradilo, ale zaujalo.

1.2.1.5 Cíle osoby samostatně výdělečně činné

Zde se snažíme čtenáře přesvědčit, že daná osoba je schopná úspěšně realizovat daný podnikatelský plán a úspěšně provést daný podnikatelský záměr.

Proto je dobré seznámit čtenáře s našimi cíly a dalšími etapy našeho podnikání, které chceme dosáhnout.

Výhodné je také uvést výsledky, které jsme v minulosti dosáhly, předešlé zkušenosti, které máme s podnikáním a získané odborné vzdělání v dané oblasti, ve které podnikáme. Můžeme také uvést, jaké jsme studovali školy a získali tituly, ale ty nejsou tak důležité. Musíme náležitě představit sami sebe, aby případný investor věděl, komu dává své peníze [3].

1.2.1.6 Popis podnikatelské příležitosti

Při popisu podnikatelské příležitosti se zaměřujeme na popis produktu (výrobku nebo služby), konkurenční výhodu produktu a užitek produktu pro zákazníka. Od dané identifikace podnikatelské příležitosti se pak odvíjí zájem investorů do daného projektu vložit svůj kapitál [8]. A tím také usnadníme rozhodování bance případně jiným investorům.

Popis produktu

Zde se zaměříme na popsání fyzického vzhledu u výrobku nebo o pospání vlastností u služeb. Když budeme popisovat výrobek, zaměříme se na popis jeho vlastností a účelu, k jakému bude sloužit. Je dobré se zmínit, jestli daný výrobek je zcela nový, revoluční nebo jestli jde o výrobek, který se už na trhu nachází. Výhodné je také se zmínit o službách, servisu, které se k danému výrobku nabízí. Při uvádění fyzických parametrů je nezbytné vyhnout se odborným termínům, ale používat takové výrazy, kterým by porozuměl i laik. Podobně by se měly taky co nejsrozumitelněji a nejkratší uvádět technické popisy. Podrobnější technické popisy se pak mohou uvést v příloze [22, 28].

Když budeme nabízet službu, popíšeme její účel a její fungování. Musíme objasnit princip jejího fungování, jak daná služba bude poskytována a jaké zařízení nebo vybavení potřebuje ke své funkčnosti [22].

I zde platí, že je výhodnější než používat velké množství přídavných jmen u našeho výrobku nebo služby, je lepší naše slova potvrzovat číselnými údaji. Jako třeba výsledky nezávislých testů, které potvrzují určitou lepší výhodu než u konkurenčních produktů. A tyto nezávislé testy je dobré uvádět v příloze [3].

A další výhodou číselných údajů je jasná přehlednost pro potenciálního investora, který se na základě daných údajů bude rozhodovat o investici do daného podnikání [8].

Popis konkurenční výhody produktu

V dnešní době, kdy se na trhu nachází velké množství firem, nestačí nováčkovi, aby byl stejně dobrý jako ostatní hráči na trhu, on musí být ještě lepší. Musí nabídnout potenciálním zákazníkům něco nového, zajímavějšího a pro něho výhodnějšího, jen tak se může na trhu uchytit a natrvalo usídlit. Musí přijít s lepší nabídkou, lepším servisem nebo lepší cenou než konkurence. Proto je nezbytné, aby podnikatelský plán také obsahoval popis konkurenční výhody produktu, která by měla zaujmout případné čtenáře podnikatelského plánu a potenciální investory [22].

Proto musíme uvést, jaký prospěch budou mít naši zákazníci z nákupu našeho produktu. To samozřejmě předpokládá, že přesně známe naši cílovou skupinu a trh, na kterém se pohybujeme [28].

Popis užítku produktu pro potenciálního zákazníka

V neposlední řadě musí taky náš produkt přinést užitek pro zákazníka. Musí vědět, že koupí našeho produktu, plyne pro něho mnohem více výhod, než kdyby nakupoval u konkurence.

1.2.2 Analýza trhu

Analýza trhu obsahuje popis potenciálních trhů, analýzu zákazníků, analýzu konkurence a analýzu dodavatelů.

1.2.2.1 Potenciální trhy

Aby náš podnikatelský plán uspěl, musí existovat trh, který bude mít zájem o naše produkty. K tomu musíme vědět velikost trhu, na který chceme vstoupit, o výnosnosti a o překážkách, které by nám zabraňovali vstup na daný trh [22]. K tomu abychom uspěli, se obvykle očekává trh s velkým růstovým potenciálem a s perspektivním obratem. [28]. Proto musíme v podnikatelském plánu uvést informace o celkovém trhu a cílovém trhu.

Musíme přesně uvést, co je náš celkový trh, na který se orientujeme a jaký je náš cílový trh, na který se přesně v celkovém trhu zaměřujeme. Celkový trh obsahuje veškeré možnosti využití našeho produktu. V podnikatelském plánu ho nepopisujeme celý. Uvádíme většinou potenciální zákazníky, kteří budou mít z našeho produktu značný užitek, mají k našemu produktu snadný přístup a jsou ochotni za daný produkt zaplatit. A to je cílový trh, na který se budeme orientovat. Protože není v našich schopnostech obsáhnout

všechny zákazníky celkového trhu. Proto je důležité popsat a uvést veškeré charakteristiky a vlastnosti cílového trhu.

U průzkumu trhu bychom měli používat číselné údaje a uvádět zdroje odkud jich čerpáme, aby dané informace byly lehce ověřitelné a bylo jasné, že se zakládají na pravdě a tím to taky zvýší naši důvěryhodnost [3].

S naším produktem uspějeme jen tehdy, pokud dokážeme uspokojit požadavky našich zákazníků. Proto si okruh našich zákazníků rozdělíme do určitých skupin, segmentů. Podle toho, ze které skupiny zákazníků budeme mít největší zisk, na tu skupinu se zaměříme. Přizpůsobíme k tomu reklamu, způsob prodeje a cenu.

1.2.2.2 Analýza zákazníků

Cílem analýzy zákazníků je ukázat, že známe naše cílové zákazníky, pro které budou naše výrobky nebo služby určeny. Předpokladem pro správný výběr cílových segmentů je znalost jejich potřeb a požadavků našich budoucích zákazníků [21].

Zákazník, kterého potřebujeme, by neměl mít jenom potřebu daný výrobek koupit, nebo danou službu využít, ale měl by mít taky způsobilost náš produkt vůbec pořídit. Nejde jenom o to, aby zákazník za daný výrobek zaplatil, ale aby se o něm dozvěděl a aby se stal pro něj dostupný [12].

Provedená analýza by se měla zabývat:

1. Jaké produkty budou nabízeny určitým zákazníkům?
2. Kde budou produkty nabízeny, zohlednění místa prodeje?
3. Jaký okruh se v dané oblasti vyskytuje, na koho se přesně zaměříme?
4. Jaká motivace přiměje zákazníka ke koupi?
5. Jaké má zákazník nákupní zvyklosti (v jakých časových intervalech nakupuje)?

Některé dané otázky nejsou ani moc významné pro naše podnikání, cílem je jenom odhadnout, jak se bude vyvíjet budoucí poptávka [21].

1.2.2.3 Analýza konkurence

Cílem analýzy konkurence je prozkoumat konkurenční poměry a zjistit jaký mají vliv na odbyt našeho výrobku [21]. Protože často nám nejsou naši konkurenti ani známi, proto je ve vlastním zájmu analýzu konkurence provést [28]. Tato analýza zahrnuje silné a slabé

stránky konkurence a postupy zavedené konkurence. Velmi se používá manažerská metoda benchmarkingu. Nebo se používá taky Porterův model pěti konkurenčních sil, který by nám měl poskytnout reálný obraz o naší konkurenci [12].

Výsledkem je nejen poznání konkurence, ale také našeho postavení a pozice na trhu. Jako první krok, který uděláme, je že zmapujeme veškeré konkurenty. Abychom poznaly lépe konkurenty, měli bychom se zaměřit na jejich odbytové cesty, objemy prodeje, kvalita servisu, image produktu a dodací lhůty.

Pokud na trhu existuje málo konkurentů, je velmi obtížné a nákladné všechny prozkoumat a důkladně zmapovat. A když se na trhu vyskytuje velké množství konkurentů, je nesmyslné každého sebemenšího konkurenta důsledně zkoumat. Proto je výhodné si konkurenty rozdělit na hlavní a vedlejší. Určit si hlavní analýzy naší konkurence a praktický způsob provedení.

Informace, které získáme o konkurenci, vyhodnotíme ve formě matice. Do vyhodnocení zařadíme také naše přednosti a slabiny a na základě nich, pak stanovíme naše postavení v rámci konkurence [21].

1.2.2.4 Analýza dodavatelů

Procesy, které se zabývají hodnocením a výběrem vhodných dodavatelů patří v dnešní době ke standardním aktivitám. Existuje velké množství různých postupů a náročností. Výběr dodavatele se jedná o jednorázovou aktivitu, která se provádí před podepsáním konkrétních smluv o dodávkách. Ale i tyto aktivity musíme provádět neustále a porovnávat je s jinými potenciálními dodavateli [18].

1.2.3 Výrobní plán

Zde se budeme zabývat výrobními postupy. Do jakých podrobností budeme zabíhat, závisí na tom, do jaké míry se naše firma provozní činností zabývá. Měli bychom zmínit výrobní postupy, stroje a zařízení, výrobní kapacity, prostorové umístění výroby, materiálové a surovinové zdroje [21]. To vše by nám mělo sloužit k tomu, abychom objasnili další naše kroky v podnikání, a směr jakým se budeme ubírat [28]. Měli bychom se snažit popsat výhody našeho výrobního postupu, v čem je lepší než u konkurence a v čem je levnější, výhodnější nebo kvalitnější.

Dále bychom se měli zaměřit na objasnění vztahů se svými dodavateli. Měli bychom se zaměřit na vyjmenování komponentů, které jsou pro nás klíčové z hlediska konečného

produktu a také se zmínit o těch, které mají vysoké nákupní riziko. Měli bychom představit strukturu našich dodavatelů a zmínit jaké suroviny a díly od nich odebíráme. A taky bychom měli mít orientaci v cenách surovin a materiálů, počtu našich dodavatelů, dodržování termínů ze strany dodavatelů a dostupnosti surovin a materiálů.

1.2.4 Marketingový plán

Cílem marketingu a prodeje je dostat náš produkt k zákazníkovi. Má také velký vliv na budoucí úspěch naší firmy [21].

Banky a investoři budou této kapitole věnovat taky zvýšenou pozornost [28]. Proto je velmi důležité, vypracovat kvalitní marketingovou koncepci [21].

Marketing se nezabývá jenom reklamou, ale měli bychom ho chápat jako kompletní nástroj, který nám pomůže v dnešní době, která se vyznačuje nadbytkem nabídky a nedostatkem poptávky. Existuje velké množství konkurentů a malé množství zákazníků. S danou situací se musí poprat každý začínající podnikatel. Protože již neexistuje doba, kdy stačilo jen prodat své výrobky a služby a mít slušný zisk [28]. Firma sama o sobě nemůže být úspěšná, pokud nebude mít jasně stanovená marketingové cíle.

Proto, abychom vytvořili naše marketingové cíle, je nejjednodušší si odpovědět na následující otázky:

1. Jaké je naše postavení na trhu?(Jedná se o malou firmu v malém tržním segmentu, nebo o vedoucí firmu na národním trhu?)
2. O co nám půjde v následujících letech našeho podnikání? O jak velkém obratu a podílu na trhu se budeme snažit dosáhnout?
3. Jaké jsou naše růstové cíle?

Pro náš úspěch na trhu je taky nezbytné zvolit vhodnou cenovou politiku. Cenová politika obsahuje stanovení ceny (na základě nákladů nebo cen konkurence), politika cenové úrovně (nízké ceny, vysoké ceny), slevy a obchodní rabaty, platební podmínky, dodavatelská politika.

1.2.4.1 Prodej

Prodej se zabývá činnostmi jako plánováním obratu, prodeje, distribuce produktu. Také se zaměřuje na reklamu, podporu prodeje jako je účast na veletrzích. Protože ani ty nejlepší výrobky se neprodají samy [27].

Při vytváření strategie prodeje si musíme položit následující otázky:

1. Co všechno bude potřebné udělat od prvního kontaktu se zákazníkem až po splnění zakázky?
2. Jaké postupy prodeje daného výrobku využívá konkurence a využívá také naše firma jejich postupy?
3. Kdo rozhoduje o koupi u našeho zákazníka?
4. Jak je dlouhá doba trvání, než se zákazník rozhodne náš výrobek koupit?
5. Jak by měla vypadat naše podpora prodeje?
6. Kolik zaměstnanců se bude zabývat reklamou a kolik to bude stát?
7. Pro naše podnikání není důležité mít jenom sepsaný daný seznam kroků, ale taky je začlenit do časové posloupnosti a obsahové struktury všech prodejních opatření, aby vytvořili jeden celek.

1.2.4.2 Okolí firmy

Firma nebo oblast podnikání je obklopena prostředím, které má taky značný vliv na chod podniku. Podnikatel by měl své okolí velmi dobře znát. Měl by brát v potaz socioekonomickou úroveň kraje, ve kterém se nachází. Kdy Jihomoravský kraj se nachází na 8. místě v žebříčku umístění jednotlivých krajů v ČR. A Zlínský kraj se nachází na 10. místě ze 14 krajů. Údaje jsou z roku 2009 a jedná se o výsledky odborného projektu [10].

Největší zřetel by měl brát na:

- Ekonomické činitele (nezaměstnanost, úroveň příjmů).
- Technologické činitele (technologický rozvoj v zemi).
- Přírodní faktory (podnebí, přírodní zdroje).
- Politická situace.
- Legislativní podmínky.

Nejdůležitější věcí je také výskyt konkurence v okolí našeho podnikání. Proto je žádoucí si před podnikání zjistit jejich silné a slabé stránky, analyzovat konkurenci a vytvořit si jejich seznam.

1.2.5 Finanční plán

Finanční plán nám ukazuje podnikatelský plán v číselné podobě. Ukazuje nám reálnost podnikatelského záměru z ekonomického hlediska [13]. Ve finančních plánech se nám

ukazuje veškerá činnost podniku. Zároveň zpětně působí na tyto činnosti tím, že je zabezpečuje z hlediska financí [24].

Finanční plán obsahuje:

- Plánový výkaz zisku a ztrát.
- Plánovou rozvahu.
- Plán peněžních toků.

1.2.5.1 Plánovaný výkaz zisku a ztrát

Plánovaný výkaz zisku a ztrát nám ukazuje výši a strukturu výnosů a nákladů a zobrazuje výsledek hospodaření.

1.2.5.2 Počáteční rozvaha

Rozvaha nám ukazuje stav a strukturu majetku a zdroje, ze kterých je financujeme.

1.2.5.3 Plán peněžních toků

Plán peněžních toků, cash flow (dále jen CF), je výkaz, který nám znázorňuje informace o kladných nebo záporných peněžních tocích [13].

Je vhodné doplnit plánové výkazy stručným komentářem. Veškeré údaje musí mít reálné podklady, musí být zpracovány na základě dílčích plánů.

Výhodné je provést v rámci finančního plánu finanční analýzu pomocí poměrových finančních ukazatelů. Mezi ně patří ukazatel rentability, likvidity, aktivity zadluženosti.

Ukazatele rentability nás informují o schopnosti firmy tvořit zisk a zhodnocovat vložený kapitál. Ukazatel likvidity nám ukazuje schopnost splácet včas a bez problémů krátkodobé závazky, tedy nám ukazuje krátkodobou stabilitu firmy. Ukazatel aktivity nás informuje o intenzitě využití jednotlivých složek majetku. Ukazatel zadluženosti nám poskytuje údaje o dlouhodobé stabilitě firmy.

Dále je pro podnikatelský plán vhodné provést výpočet bodu zvratu. Kdy zjistíme jaké je minimální množství produkce, aby firma nebyla ve ztrátě, to je množství produkce, při kterém se náklady budou rovnat tržbám [21].

U finančního plánu je dobré, abychom byli zcela realističtí, a nemusíme dokazovat, že náš plán dosáhne zisku již v prvním roce podnikání. Protože mnoho podniků, které teprve

začínají, tak se jim nepodaří již v prvním roce být v zisku, ale podaří se jim to třeba až v následujících letech [3].

1.2.5.4 Zakladatelský rozpočet

Účelem zakladatelského rozpočtu je minimalizovat riziko neúspěchu našeho podnikání na samém počátku podnikání [12].

Než začneme podnikat, měli bychom si sestavit zakladatelský rozpočet a veškeré naše plány vyjádřit pomocí čísel. Je nezbytné si udělat přehled o všech výdajích, které nám vzniknou při zakládání podniku, dále při rozjezdu podnikání a při zajištění běžného chodu naší firmy. Jednotlivé výdaje si rozčleníme na měsíce, abychom získali celkový přehled a představu o finanční náročnosti našeho podnikání. Vytvořením takového zakladatelského rozpočtu se tak vyhneme nepříjemnému rozčarování z toho, jak moc finančně náročné naše podnikání je.

Při sestavě zakladatelského rozpočtu postupujeme v těchto krocích:

1. Vytvoříme celkový přehled plánovaných výdajů, které souvisí se zahájením podnikání a běžným chodem firmy.
2. Uděláme porovnání součtu plánovaných výdajů s peněžními prostředky, které máme k dispozici.
3. Přidáme přehled plánovaných výdajů doplněné o splátky jistin půjčky, jestliže nebudeme mít dostatek finančních zdrojů hledat jiné zdroje financování.
4. Uděláme zahajovací rozvahu.

Tento základní zakladatelský rozpočet může být doplněn o plánovaný výkaz zisku a ztrát, výkaz CF a rozvahu po roce.

Při sestavování celkového přehledu plánovaných výdajů budeme počítat veškeré výdaje, které souvisí se zřízením sídla a provozovny firmy, ať už se jedná o nákup nemovitosti nebo pronájem, rekonstrukce prostorů k podnikání, pojištění objektu, pořízení majetku (strojů a zařízení), pořízení nezbytných zásob, zálohy za energie, vodu, výdaje za reklamu, tvorba loga, razítek, provoz internetových stránek. Je výhodné také počítat s nepředpokládanými výdaji a vytvořit si určitou rezervu, která by je případně pokryla. S případnými rezervami musíme počítat, když budeme sestavovat výdaje, které souvisí se zahájením provozu.

Když pak sečteme veškeré výdaje, které souvisí se založením firmy a se zahájením provozu, dostaneme určitou částku. Tuto částku porovnáme s vlastními finančními prostředky, které jsme si vymezili pro naše podnikání. Jestli je náš vlastní kapitál vyšší než předpokládané výdaje, můžeme sestavit zahajovací rozvahu. Když ale náš vlastní kapitál bude nižší než předpokládané výdaje, musíme hledat další zdroje financování (rodina, příbuzní, přátelé, bankovní úvěry, dotační programy státní nebo od EU).

Při sestavování rozvahy musíme brát zřetel na to, že aktiva (majetek) a pasiva (zdroje krytí majetku) se musí rovnat.

1.2.6 SWOT analýza

Jako předposlední věc, která by se měla v podnikatelském plánu vyskytovat je analýza, která by ukázala, že známe své silné i slabé stránky, ale taky že známe své příležitosti a hrozby z vnějšího okolí. K tomu se využívá SWOT analýza [22]. Jedná se o nejpoužívanější nástroj analýzy [12].

SWOT analýza je metoda analýzy silných a slabých stránek a příležitostí a hrozeb, díky níž dokážeme posoudit všechny náležitosti našeho podnikatelského plánu [6].

V silných stránkách se budou nacházet veškeré vnitřní podnikové vlastnosti firmy, živnostníka jako například kvalifikovaná pracovní síla, kvalitní servis. Zde platí, čím více, tím lépe. Nesmíme zapomenout na slabé stránky našeho podnikání, kam může patřit nedostatek zkušeností, cenová politika, nedokonalý marketing, malá kapitálová síla. Když uvádíme slabé stránky, je dobré na ně odpovědět pozitivem, abychom prokázali, že jsme se danou problematikou hlouběji zabývali a snažíme se ji odstranit.

Při analýze silných a slabých stránek, jsme se zabývali pouze podnikem. Nacházeli jsme se uvnitř podniku a zde hledali pouze klady a zápory, které se zde vyskytují. Při analýze příležitostí a hrozeb se budeme zabývat pouze okolím. Budeme ho analyzovat a hledat klady a zápory, které by nějak mohli ovlivnit naše podnikání.

Při analýze příležitostí se budeme zabývat okolím naší firmy a příležitostmi, které nám nabízí. Příležitosti bychom měli posuzovat z hlediska její atraktivnosti a pravděpodobnosti, že dojde k jejímu uskutečnění. Mezi příležitosti patří nové technologie, kamerový systém.

K hrozbám může patřit například daňová reforma, nové legislativní změny, nové služby konkurence. Hrozby musíme brát z hlediska jejich závažnosti a pravděpodobnosti, že dojde k jejímu uskutečnění.

Při analýze podnikatelského plánu je naprosto zbytečné zakrývat některé úskalí našeho projektu, protože dříve nebo později by stejně potenciální investoři na daný problém narazili, proto je lepší na daný problém sám upozornit a najít k němu nějaké vhodné způsoby řešení.

Tabulka 1 SWOT analýza [6]

	Pomocné dosažení cíle	Škodlivé dosažení cíle
Vnitřní původ (atributy organizace)	Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
Vnější původ (atributy prostředí)	Příležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)

Samotným výsledkem SWOT analýzy je ovlivnit chování našeho podnikání tak, aby docházelo k maximalizaci předností a příležitostí a k minimalizaci nedostatků a hrozeb a provádět k tomu příslušná opatření.

1.2.7 Analýza rizik

Riziko chápeme jako odchýlení se od podnikatelského plánu, od našeho cíle, který jsme si na začátek stanovili. Analýza rizik nám odhalí jednotlivá rizika a taky nápravu, jak jim předcházet, nebo jak se s nimi vypořádat. Každá riziková situace má své příčiny, proto je nejlepší provádět preventivní opatření, aby k daným situacím nedocházelo. Rizika můžeme dělit na ovlivnitelná a neovlivnitelná, nebo na ekonomická, technická, finanční, výrobní, politická a tržní. Z manažerského pohledu hraje v dnešní době analýza rizik důležitou roli v rozhodování a plánování projektů [11].

Jako rizika můžeme brát různé zákony, vyhlášky nebo zařízení, které negativně ovlivní trh nebo naše podnikání. Také musíme brát v potaz už rizika, která již existují, když jsme vstoupili na trh [28].

Při analýze rizik si musíme nejprve určit a definovat veškeré činnosti, které se ve firmě nebo při podnikání provádí. Na základě daných informací určíme nebezpečí, které mohou při výkonu dané činnosti nastat. Stanovíme a oceníme závažnost rizik a přiřadíme jim pravděpodobnost, že dané riziko nastane. Nakonec dané riziko ohodnotíme a budeme se snažit najít řešení, které by vedlo k eliminaci daného rizika [2].

Riziko, nebo také stupeň rizika, vypočítáme jako součin pravděpodobnosti, že dané riziko nastane a následku [11].

Tabulka 2 Analýza rizik- ocenění závažnosti rizik [2]

1	Zanedbatelný	Poranění bez pracovních neschopností, zanedbatelná porucha systému.
5	Významný	Úraz s pracovní neschopností, bez trvalých následků; drobné poškození systému.
10	Kritický	Úraz s trvalým následkem (těžký úraz), rozsáhlé poškození systému.
15	Katastrofický	Smrtelný úraz, úplné zničení systému, nenahraditelné ztráty.

Tabulka 3 Analýza rizik- pravděpodobnosti rizik [2]

1	Málo pravděpodobné	Nesetkal jsem se s tímto případem, ale může k němu dojít.	Velmi malé ohrožení
5	Pravděpodobné	Jev vznikne někdy během života systému, jedná se o náhodný výskyt.	Malé ohrožení
10	Velmi pravděpodobné	Jedná se o časté ohrožení.	Časté ohrožení
15	Vysoce pravděpodobné	Opakovaný výskyt nebezpečných událostí, nepřetržité ohrožení.	Nepřetržité ohrožení

Tabulka 4 Analýza rizik-hodnocení rizik [2]

R větší než 150	Vyžaduje okamžité odstranění.
R v rozsahu 75-150	Odstranění v termínu stanoveném podle charakteru nebezpečí.
R v rozsahu 15-75	Vyžaduje zvýšenou pozornost.
R menší než 15	Přijatelná úroveň.

1.2.8 Příloha

V příloze se uvádí výpisy z obchodního rejstříku, fotografie nebo výkresy produktů, fotokopie článků v místních novinách, kde se popisuje potřeba služby, kterou nabízíte, kopie prospektů a dalších podpůrných materiálů, životopisy klíčových osobností firmy, výsledky průzkumu trhu, technologické schéma výroby, výsledky propagačních akcí,

výkazy zisku a ztráty, rozvahy a peněžní toky za uplynulé období, důležité smlouvy, získané certifikáty, výsledky jakýchkoliv nezávislých testů [3, 27].

II. PRAKTICKÁ ČÁST

2 CÍL A METODIKA PRÁCE

2.1 Cíl práce

Cílem práce je vypracovat podnikatelský plán pro osobu samostatně výdělečně činnou na základě analýz.

2.2 Metodika práce

Analýza podnikání – zde se vychází z informací, které byly poskytnuty živnostníkem Petrem Peluchou a z informací, které byly čerpány z odborné literatury. Jedná se o základní popis základních informací o podnikatelské činnosti živnostníka, který tvoří základní rámec podnikatelského plánu.

Analýza trhu – u analýzy trhu bylo kladeno nejvíc pozornosti na konkurenci. Kdy první analýza se týkala popisem hlavních a vedlejších konkurentů. Kdy se první identifikovali konkurenti na trhu a pak se pomocí jejich silných a slabých stránek vyčlenili hlavní a vedlejší konkurenti. Popis činnosti daných konkurentů byly čerpány z jejich webových stránek. Další analýza konkurentů a trhu se pak provedla pomocí Porterova modelu pěti konkurenčních sil. Kdy informace k této analýze byly čerpány od živnostníka, z odborné literatury a z informací, které byly získány během předešlé analýzy.

SWOT analýza podnikatelského plánu – informace, k této analýze byly čerpány od OSVČ a z odborné literatury. Kdy byly stanoveny silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby a pomocí metodického postupu byla vypracována strategie.

Analýza rizik podnikání – informace k této analýze byly čerpány od OSVČ a z odborné literatury a webových stránek, které se zabývají analýzou rizik u podnikání. Zde jsem postupoval metodicky, tak jak je to popsáno v teoretické podstatě řešeného problému.

3 ANALÝZA PODMÍNEK K PODNIKÁNÍ

3.1 Analýza podnikání

Charakteristika podnikání Vám podá nejzákladnější informace o osobě samostatně výdělečně činné.

3.1.1 Základní informace

Petr Pelucha

Dražka č. 104

696 61 Vnorovy

Místo podnikání: Vnorovy

Forma podnikání: osoba samostatně výdělečně činná

Vložený kapitál: 100 000 Kč

Kontakt:

Tel.: 732 622 013

E-mail: petrpelucha@email.cz

Předmět podnikání:

Zednictví.

Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona.

Zprostředkování obchodu a služeb.

3.1.1.1 Účel tohoto dokumentu

Účelem tohoto dokumentu je poskytnout základní informace o podnikání osoby samostatně výdělečně činné a ujistit případné investory o kvalitě daného projektu a o návratnosti investovaných finančních prostředků.

3.1.1.2 Základní informace o osobě samostatně výdělečně činné

Živnostník Petr Pelucha je absolventem Střední průmyslové a umělecké školy a Vyšší odborné školy v Hodoníně ve studijním oboru Stavebnictví. Přes 5 let se aktivně pohybuje v tomto oboru, na které má živnostenské oprávnění. Získal certifikát ke stavebním systémům Ytong, Porotherm, KM Beta, Ekolak, Quack-mix a Mapei, komínové systémy Schiedel, střešní systémy Bramac, Tondach, KM Beta a suché výstavby Knauf. Zaměřuje se na zednické, sádrokartonářské a zateplovací práce

3.1.1.3 Mise osoby samostatně výdělečně činné

Mise živnostníka je nabízet kvalitní zednické, sádrokartonářské a zateplovací práce.

3.1.1.4 Vize osoby samostatně výdělečně činné

Vizí živnostníka je kromě provádění kvalitních zednických prací se dále rozvíjet a časem si založit společnost s ručením omezeným a dále budovat stabilní partnerské vztahy jak s dodavateli, tak se zákazníky. Rozšiřovat pole působnosti a získat větší místo na trhu.

3.1.1.5 Cíle osoby samostatně výdělečně činné

Cílem je poskytovat služby na vysoké úrovni a to od prvního kontaktu se zákazníkem až po předání díla. Hlavním kritériem vždy zůstává vysoký standard provedených prací, příznivá cena a použití kvalitních materiálů a technologií. Vždy se snažit o co nejpřesnější cenovou kalkulaci na základě požadavků našich zákazníků.

3.1.2 Nabízené služby

Primární službu, kterou živnostník nabízí, jsou především zednické práce. Mezi další služby, které poskytuje, jsou sádrokartonářské práce a zateplovací práce.

U zednických prací nabízí vytváření stojní omítky z různých druhů materiálu jako z vápenocementového jádra, štuky, vápenosádrového jádra, sádrového a šterka sádrového jádra.

Především se zaměřuje na provádění strojní sádrové omítky. Kdy vnitřní omítky jsou ozdobou a ochranou vnitřních prostor budovy. Jejich funkce není jen dekorativní, proto musí splňovat náročné stavebně fyzikální požadavky, konkrétně tepelnou akumulaci, regulaci vlhkostního režimu v interiéru, zvukovou izolaci a odolnost proti požáru.

Mezi sádrokartonářské práce nabízí snižování stropů, vytváření příček, předstěn, vatování, parozábranu a lepení sádrokartonu na zdivo.

Další službu, kterou nabízí, jsou zateplovací práce, kdy provádí zateplování polystyrenem, vatou, zatepluje půdy, podlahy i stropy, zhotovuje pochůzí vrstvy a dřevěné rošty u izolace vatou. Zateplování vede ke snížení spotřeby energie na vytápění budov a zvyšují tepelnou pohodu bydlení. Omezují možnost kondenzace vodní páry na vnitřní straně konstrukce, čímž snižují riziko vzniku plísní. Výrazným způsobem přispívají k sanaci vad a poruch budov a zajišťují ochranu obvodového pláště před klimatickými vlivy. Kvalitní a nápadité architektonické řešení povrchu zateplovacího systému zvyšuje estetické působení objektu. Zateplení přispívá ke snížení emisí při výrobě energie, což má příznivý vliv na životní prostředí.

Nabízené služby poskytuje na vysoké úrovni, kdy hlavním kritériem je především vysoký standart provedených prací, příznivá cena a požití kvalitních materiálů a technologií.

Vždy se snaží o co nejpřesnější cenovou kalkulaci na základě požadavků zákazníků.

3.2 Analýza trhu

V současné době se na trhu vyskytuje hodně společností, které se specializují na zednické a stavební práce. I přesto všechno je v dnešní době těžké sehnat kvalitního zedníka, který by odvedl kvalitní práci za přijatelnou práci.

Abychom obstáli v konkurenci, tak naše služby nabízíme v širokém okolí od okresu Uherské Hradiště až po Břeclavsko. Snažíme se o co nejlepší komunikaci s našimi zákazníky a co nejvíc se jim snažíme vyjít vstříc.

3.2.1 Dodavatelé

Dodavatelé jsou pro podnikání velmi důležití partneři, proto má živnostník dva hlavní dodavatele.

Stavebniny Vlkoš (pobočka Color Centrum Vracov)

Color Centrum Vracov

Drahy 317

696 42 Vracov

tel.: +420 731 690 319

e-mail : info@vocarvmurtneoloc.cz

Hlavní činností této firmy je dodávání stavebního materiálu včetně sádrokartonových systémů a materiálu pro zateplení budov. Stavebniny Vlkoš nabízí každý měsíc slevové akce, které umožňují výhodně nakoupit stavební materiál.

Rigiform, s.r.o.

Čajkovského 45

(areál bývalých kasáren)

695 01 Hodonín

tel.: +420 602 739 698

e-mail: rigiform@rigiform.cz

Tato firma se zabývá prodejem materiálu pro suchou výstavbu. Dodává sádrokartonové systémy RIGIPS a KNAUF, tepelné a zvukové izolace KANUF INSULATION. Vypracovává cenové návrhy, informace a poradenství a zajišťuje taky dopravu materiálu.

3.2.2 Zákazník

Živnostník své služby nabízí už konečným spotřebitelům, zákazníkům. Z větší části jsou našimi zákazníky firmy, hotely, restaurace a státní budovy. K menší ale taky k neméně důležité skupině patří domácnosti. U domácností jsou to většinou osoby ve věkové skupině 30 až 70 let, průměrně se tak zaměřujeme na středně staré osoby a na mladé páry, kteří si nechávají stavět či zrekonstruovat dům nebo byt. Co se týká ekonomické situace našeho zákazníka, jedná se o člověka s nižšími, středními i vyššími příjmy, protože naše práce mají dlouhodobější užitnou hodnotu a vydrží desítky let.

3.2.3 Konkurence

Konkurence obsahuje výčet největších rivalů v okolí.

3.2.3.1 Hlavní konkurenti

Příbyl S-R, s.r.o.

Společnost Příbyl S-R, s.r.o. sídlí ve Veselí nad Moravou (okres Hodonín, Jihomoravský kraj). Jedná se o významného konkurenta na trhu. Společnost vznikla v roce 2007, takže se jedná o celkem mladou společnost. Nabízí stavbu domů na klíč a zateplování fasád. Má velké zkušenosti se zateplováním sídliště Hutník ve Veselí nad Moravou. Dál co nabízí je rekonstrukce a stavby rodinných domů, stavební práce a dopravu stavebních materiálů. Předmětem jejího podnikání je zednictví, nakládání s odpady, dále pak přípravné práce pro stavby, velkoobchod a provádění staveb, jejich změn a odstraňování. Stavební podnik má zaveden systém řízení jakosti dle normy ČSN EN ISO 9001. Mezi výhody patří, že je vlastníkem certifikaci na výrobu a prodej recyklovaných materiálů - cihelný a betonový recyklát. Společnost je zapsána v seznamu odborných dodavatelů v programu Zelená úsporám pro výkony zateplování objektů při použití špičkové techniky a materiálu [20].

František Strachota

Dalším konkurentem je živnostník František Strachota, který sídlí v Lipově (okres Hodonín, Jihomoravský kraj). František Strachota se na českém trhu pohybuje již od roku 1990. Jedná se o rodinnou firmu, kdy odpovědným zástupcem je Stanislav Strachota. Zaměstnávají v různých obdobích 6 až 15 zaměstnanců a pracují pro něj 4 dodavatelské firmy. Dříve se specializoval na malířské a natěračské práce a od roku 2009 se specializuje i na stavební práce. Mezi základní služby, které nabízí, jsou malířské i natěračské práce a techniky. Rekonstrukce interiérů a bytových jader rodinných domů a bytů, rekonstrukce sociálních zařízení podniků, veškeré zednické práce, menší stavby, vjezdy, chodníky. Zednické či stavební práce včetně zateplení budov a fasád. Další, co nabízí, je dlouholetá praxe v oblasti dekorací interiérů a tapet. Momentálně nabízí i postavení domu na klíč, kdy zajistí související práce se stavbou jako elektroinstalaci, instalatérské, tesařské a truhlářské práce.

Provádí také zateplování budov a patří mezi registrované firmy v seznamu odborných dodavatelů programu Zelená úsporám [23].

David Vaněk - Czech Building Services

Dalším konkurentem na trhu je firma David Vaněk – Czech Building Services, která sídlí v Boršicích u Blatnice (okres Uherské Hradiště, Zlínský kraj). Firma působí na českém trhu již od roku 2001. Mezi služby, které nabízí, patří stavby rodinných domů na klíč,

stavby občanského vybavení, novostavby a bytové výstavby. Provádí rekonstrukce a modernizace staveb a zateplování. Nabízí práce zednické, obkladačské, tesařské, klempířské, pokrývačské, izolačské, instalatérské - topenářské, práce malířské a natěračské. Další činností firmy je autodoprava nákladní, kontejnerová, s hydraulickou rukou (12t). Tranzitní doprava. Provádí výkopové a zemní práce rypadlo-nakladač CAT 432E. Půjčovna stavebních strojů a nářadí [26].

MM Fasády, s.r.o.

Společnost MM Fasády, s.r.o. sídlí v Tvrdonicích (okres Břeclav, Jihomoravský kraj). Jedná se o stavební společnost s působností po celé České republice. Společnost nabízí kompletní stavební činnost, zateplování fasád, stavby na klíč, novostavby, rekonstrukce, bytová jádra, demolice objektů a natěračské práce, hydroizolace a sádrokartonářské práce. Dále také nabízí kontejnerovou dopravu a pronájem lešení. Vlastní prodejnu v Tvrdonicích, kde nabízí širokou škálu zboží od drobných domácích potřeb, přes stavební materiál, až po profesionální míchání barev. Provozují kontejnerovou nákladní dopravu, kdy jsou schopni přepravit nákladním automobilem STAYER kontejnery do celkové hmotnosti 4,5t a nákladním automobilem DAF se sklopnou korbou materiály do celkové hmotnosti 11t [15].

Sdružení fyzických osob Dohnálek- Měchura

Dalším konkurentem je Sdružení fyzických osob Dohnálek- Měchura se sídlem v Dubňanech (okres Hodonín, Jihomoravský kraj). Zaměřují se na provádění malířských a natěračských prací, zateplovací systémy, nátěry fasád, dekorační omítky a zednické a obkladačské práce. Specializují se na montáž zateplovacích systémů na rodinných domech, činžovních, bytových i nebytových domech. Jsou zapsáni v seznamu odborných dodavatelů v programu Zelená úsporám [16].

Progres-T, s.r.o.

Společnost Progres-T, s.r.o. sídlí ve Starém Městě (okres Uherské Hradiště, Zlínský kraj). Provádí montáž sádrokartonů. Realizuje půdní vestavby, kazetové podhledy, tepelné izolace fasád, stavební práce, půdní schody a střešní okna. Společnost je zapojena do programu Zelená úsporám [25].

Stavební firma Roman Marcinek

Stavební firma Roman Marcinek, jedná se o živnostníka, který podniká v Hruškách (okres Břeclav, Jihomoravský kraj). Provádí zateplování fasád, veškeré stavební práce,

rekonstrukce domů a bytů včetně dodávky všech materiálů. Koupelny na klíč, obklady, dlažby. Provádí také sádrokartonářské práce a půdní vestavby. Dodávka kontejnerů, minibarů a pronájem lešení.

3.2.3.2 *Další konkurence*

Kromě těchto firem působí v okolí ještě další podniky, které se specializují na stavební práce a zednické práce a taky řada sdružení fyzických osob a živnostníků. Popsané firmy, jsou největšími konkurenty našeho podnikání.

3.2.3.3 *Porterův model pěti konkurenčních sil*

Konkurence v rámci odvětví je střetem pěti základních konkurenčních sil, jejichž intenzita působení určuje ziskovost odvětví.

Stávající konkurence

V současné době se na trhu vyskytuje hodně společností, konkurence, která se specializuje na zednické a stavební práce. Vyskytuje se tu hodně větších a malých firem. Dané firmy se snaží získat konkurenční výhodu buď cenovou, nebo diferenciací politikou.

Odběratelé

Služby, které živnostník nabízí, jsou náročné na technické vybavení a taky na kvalifikovanou pracovní sílu. Náročnost dané práce se tím projevuje zvláště v kvalitativních požadavcích odběratelů. Proto je standardizace velice obtížná a vyjednávací pozice odběratele je malá.

Dodavatelé

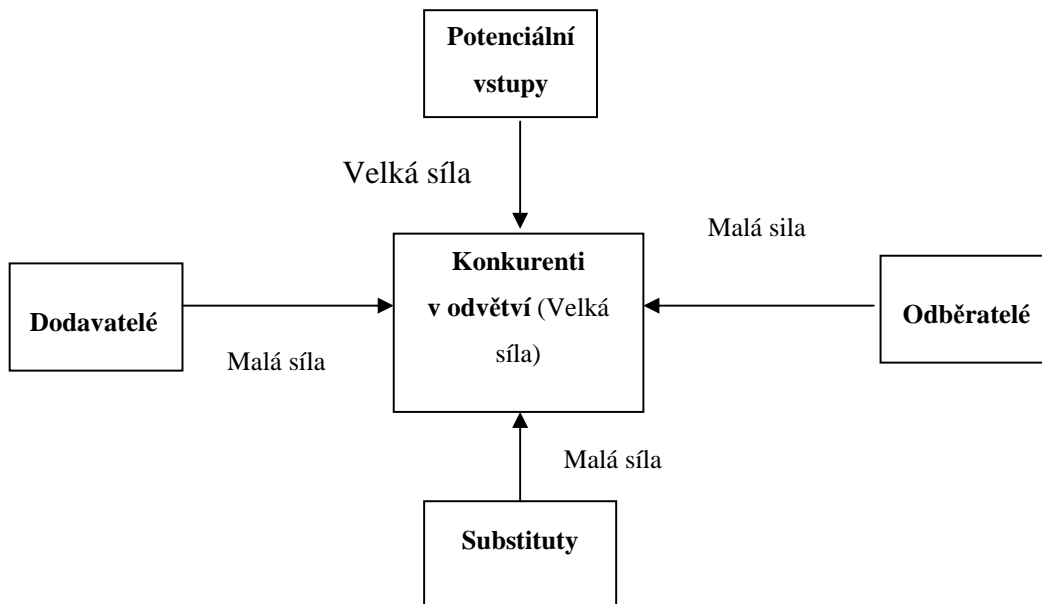
Na trhu existuje velká škála podniků, které nabízí stavební materiál, tím pádem je síla dodavatelů malá.

Substituty

Na tomto trhu substituty neexistují.

Nově vstupující konkurence

Při vstupu do odvětví si konkurence musí vytvořit síť dodavatelů a odběratelů. Dalším aspektem je kapitálová náročnost, která není až tak velká, aby bránila vstupu do odvětví. Ani náročnost na kvalitativní vybavení není až tak moc velká. Tyto základní složky tvoří základní parametry, které nebrání vstupu dalších konkurentů do odvětví.



Obrázek 1 Porterův model pěti konkurenčních sil [11]

Tabulka 5 Porterovy generické strategie [11]

Oblast konkurence široká	NÁKLADOVÉ VŮDCOVSTVÍ	DIFERENCIACE
Oblast konkurence úzká	ZACÍLENÍ NA NÁKLADY	ZACÍLENÍ NA DIFERENCIACI
	Nižší náklady	Diferenciace

Trh v oboru stavebnictví je velmi ziskový. V daném odvětví existují bariéry, co se týče vstupu na trh, a souvisí to s kapitálovou náročností a náročností si vytvořit dodavatelskou a odběratelskou síť. Při vstupu a udržení se na trhu dané podnikání by neměly ohrozit substituty, protože se zde nevyskytují. Největší nevýhodou a konkurencí je stávající konkurence.

Z hlediska strategie by se živnostník měl zaměřit na strategii odlišení, diferenciaci. Jelikož je konkurence v daném oboru velká a náklady nejsou zanedbatelné, se strategie diferenciaci nabízí jako nejlepší řešení.

4 NÁVRH PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

4.1 Výrobní plán

Živnostník nabízí především zednické práce. Mezi další práce, které nabízí, jsou sádkartonářské práce a zateplovací práce.

Výrobní plán obsahuje postup výrobního procesu a veškeré stroje a zařízení, které jsou potřeba k výrobě.

4.1.1 Výrobní proces

Výrobní proces se skládá z pěti základních fází.

1. Fáze – Sestavení rozpočtu. Zde dochází k sestavení rozpočtového plánu, kdy se spočítá, kolik materiálu bude potřeba k vykonání daných prací a kolik času a práce daná činnost zabere. Na základě daných informací se provede celkové ocenění práce.
2. Fáze – Příprava. Během přípravy dochází k objednání potřebného materiálu a nachystání prostor, místa, kde se bude daná práce provádět. Do přípravy se řadí i dovoz daného materiálu.
3. Fáze – Provedení prací. Při provádění prací dochází k dané činnosti, pro kterou byli najati.
4. Fáze – Ukončovací práce. Při ukončovacích pracích se dodělávají poslední úpravy a doladují se nesrovnalosti, které by se mohli vyskytovat.
5. Fáze – Úklid. Během úklidu se odstraňují zbytky a nečistoty, které během výkonu práce vznikly a dochází pak k předání, odevzdání dané práce majiteli.

4.1.2 Stroje a zařízení

Ve výrobě se používají různé stroje a zařízení. Jejich seznam je v následující tabulce.

Tabulka 6 Auto, stroje a zařízení v podnikání

Název	Počet ks	Pořizovací cena/ ks [Kč]	Cena celkem [Kč]
Ford Tranzit, 2,5D, 3,5t	1	35 000	35 000
Vrtačka Makita 5470 SDS	1	1 125	1 125
Míchadlo Protol na stavební hmoty	1	3 860	3 860
Přímočará pila na dřevo Narex	1	3 560	3 560
Celkem	4	43 545	43 545

Tabulka 7 Ostatní stroje a zařízení v podnikání

Název	Počet ks	Pořizovací cena/ks [Kč]	Cena celkem [Kč]
Lešení ALU kostka 3x0,8m, dosah do 6 m výšky	1	7 566	7 566
Žebřík	1	1 150	1 150
Akušroubovák Makita	1	5 540	5 540
Laserový metr BOSCH (do50m)	1	3 825	3 825
Pokosová pila Protol	1	760	760

Pokračování Tabulky 7

Název	Počet ks	Požizovací cena/ks [Kč]	Cena celkem [Kč]
Elektrické úhlové brusky Narex	1	802	802
Různé další drobné nářadí		1 812	1 812
Celkem		21 455	21 455

4.2 Marketingový plán

Marketingový plán obsahuje popis služeb, ceny, místo, propagaci a distribuci.

4.2.1 Služby

Živnostník svým zákazníkům nabízí tyto služby:

- Zednické práce.
- Sádrokartonářské práce.
- Zateplovací práce.

4.2.2 Cena

Cena služeb obsahuje materiál a vykonanou práci.

Plánované ceny za vykonanou práci

Cena vždy obsahuje množství vykonané práce a množství materiálu, který byl použit.

Tabulka 8 Zednické práce - cena bez materiálu Stojní omítky - cena obsahuje materiál, práci, osazení začíšťovacích profilů a rohů

Vyzdívky YTONG 50-125mm - vyzdívka příček	195-220 Kč/m ²
Vyzdívky YTONG 150-250mm - bytové obvodové zdivo	195-220 Kč/m ²
Vyzdívky YTONG 375mm - obvodové zdivo	195-220 Kč/m ²
Vyzdívky POROTHERM 11,5 – příčky	210 Kč/m ²
Vyzdívky POROTHERM 25 – obvod	750 Kč/m ²
Vyzdívky POROTHERM 44 - obvodové zdivo	1100 Kč/m ²
Omítka jádrová – ruční	130 Kč/m ²
Lepidlo + perlínka - armování sít'kou + stěrkování	100 Kč/m ²
Penetrace disperzí - nátěr válečkem	10 Kč/m ²
Omítka pod obklady	od 110 Kč/m ²
Lištování rohů - APU lišta + zpevnění rohů	od 30 Kč/m ²
Oklepání staré omítky	70Kč/m ²
Ostatní práce	200 Kč/h
Vyrovnávání nerovností	od 30 Kč/m ²
Obkladačské práce	od 260 Kč/m ²

Tabulka 9 Stojní omítky - cena obsahuje materiál, práci, osazení začišťovacích profilů a rohů

Vápenocementové (jádro)	190 Kč/m ²
Štuk	80 Kč/m ²
Vápenosádrové	270 Kč/m ²
Sádrové	280 Kč/m ²
Stěrka sádrová	190 Kč/m ²

Tabulka 10 Sádrokartonářské práce - cena bez materiálu

Snížení stropů	od 230 Kč/m ²
Příčky	od 250 Kč/m ²
Předstěny	od 200 Kč/m ²
Vatování	20 Kč/m ² za vrstvu
Parozábrana	20 Kč/m ²
Lepení sádrokartonu na zdivo (omítka)	100 Kč/m ²

Tabulka 11 Zateplovací práce - cena bez materiálu

Zateplení polystyrenem (lepení, stěrka, probarvená omítka)	od 300 Kč/m ²
Zateplení vatou (lepení, stěrka, probarvená omítka)	od 400 Kč/m ²
Zateplení půdy nebo podlah (pokládka izolantu - vata nebo polystyren)	od 100 Kč/m ²
Zhotovení pochůzí vrstvy (pokládka OSB desek)	od 100 Kč/m ²
Zhotovení dřevěného roštu (u izolace vatou)	od 120 Kč/m ²
Zateplení stropů (lepení, stěrka)	od 250 Kč/m ²

4.2.3 Místo

Místem podnikání jsou Vnorovy, odkud živnostník pochází. Ale své služby bude nabízet širokému okolí od Uherského Hradiště až po Břeclav, tím pádem zasáhne oblast Jihomoravského a Zlínského kraje.

4.2.4 Propagace

K propagaci služeb slouží billboard ve Veselí nad Moravou (který je naproti bývalého Stivalu). K reklamě jsou taky určeny katalogy, které se volně roznášeli po Veselí nad Moravou a jsou k dostání v supermarketu Kaufland ve Veselí nad Moravou. O službách, které nabízí, se můžete také dozvědět v katalogu Veselské služby 2012.

4.2.5 Distribuce

K přemísťování a dopravě materiálu slouží automobil Ford Tranzit.

4.3 Finanční plán

Finanční plán obsahuje počáteční rozvahu, zakladatelský rozpočet, roční plán nákladů a výnosů, plán nákladů, plán výnosů, plánovaný výkaz zisků a ztrát a cash flow.

4.3.1 Počáteční rozvaha

Pro chod podnikání potřebuje živnostník nakoupit stroje a zařízení za 65 000 Kč a taky potřebuje peníze na bankovním účtu ve výši 35 000 Kč.

Aby podnikání mohlo fungovat, potřebuje živnostník vložit kapitál ve výši 100 000 Kč.

Tabulka 12 Počáteční rozvaha

Rozvaha OSVČ Petra Peluchy k 1. 1. 2012 (v tis. Kč)			
Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý majetek	35	Vlastní kapitál	100
Automobil	35	Základní kapitál	100
Oběžná aktiva	65		
Stroje a zařízení	30		
Peníze na běžném bankovním účtu	35		
Aktiva celkem	100	Pasiva celkem	100

4.3.2 Zakladatelský rozpočet

Zakladatelský rozpočet nám ukazuje, kolik kapitálu potřebujeme pro první měsíc podnikání a pomáhá nám tím minimalizovat riziko neúspěchu.

Tabulka 13 Zakladatelský rozpočet

Zakladatelský rozpočet	
Rozpočet potřebného kapitálu na první měsíc podnikání v Kč	
Nákup zboží	25 000
Pojistné na Z a SP	3 800
Reklama	500
Internet	300
Telefonní poplatky	1000
Provozní náklady celkem	30 600
Stroje a zařízení	30 000
Auto	35 000
Počáteční potřeba kapitálu celkem	95 600
Zdroje kapitálu v Kč	
Vlastní kapitál	100 000
Zdroje kapitálu celkem	100 000

4.3.3 Roční plán nákladů a výnosů

Roční plán nákladů a výnosů nám znázorňuje výši všech nákladů a výnosů, které dosáhneme během jednoho roku podnikání.

Tabulka 14 Roční plán nákladů a výnosů v Kč

Tržby	500 000
Nákup materiálu	250 000
Pojistné na Z a SP	45 600
Pohonné hmoty	80 000
Internet	3 600
Reklama	6 000
Telefonní poplatky	12 000
Zisk před zdaněním	102 800
Daň	Neplatí- paušálně
Zisk po zdanění	102 800

4.3.4 Plán nákladů

Plán nákladů je plánován na čtyři roky podnikání. Do nákladů započítáváme pohonné hmoty, internet, telefonní poplatky, reklamu, nákup materiálu a pojistné na zdravotní a sociální pojištění.

Tabulka 15 Plán nákladů v Kč

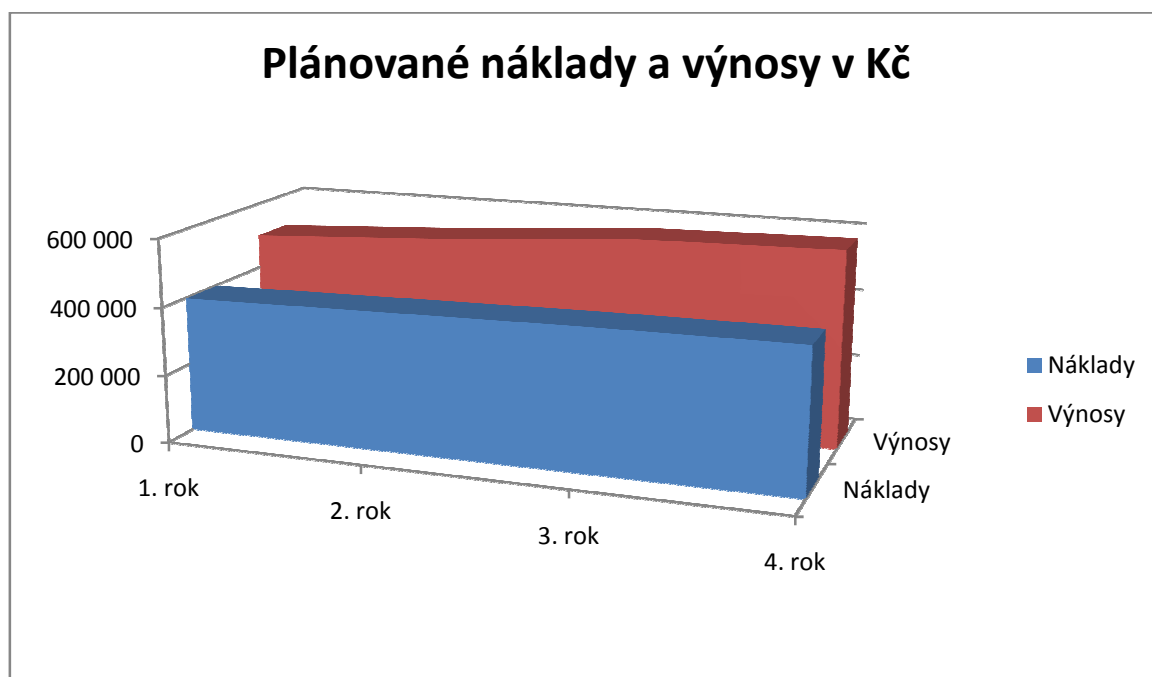
Náklady	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok
Pohonné hmoty	80 000	82 000	84 000	85 000
Internet	3 600	3 600	4 000	4 000
Telefonní poplatky	12 000	12 500	13 000	13 000
Reklama	6 000	3 000	1 000	1 000
Nákup materiálu	250 000	260 000	268 000	270 000
Pojistné na Z a SP	45 600	45 600	45 600	45 600
Náklady celkem	397 200	406 700	415 600	419 200

4.3.5 Plán výnosů

Plán výnosů je plánován na čtyři roky podnikání a obsahuje výnosy z prodeje nabízených služeb.

Tabulka 16 Plán výnosů v Kč

Výnosy	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok
Tržby	500 000	530 000	570 000	580 000



Obrázek 2 Graf - Plánované náklady a výnosy

Tabulka 17 Náklady a výnosy v Kč

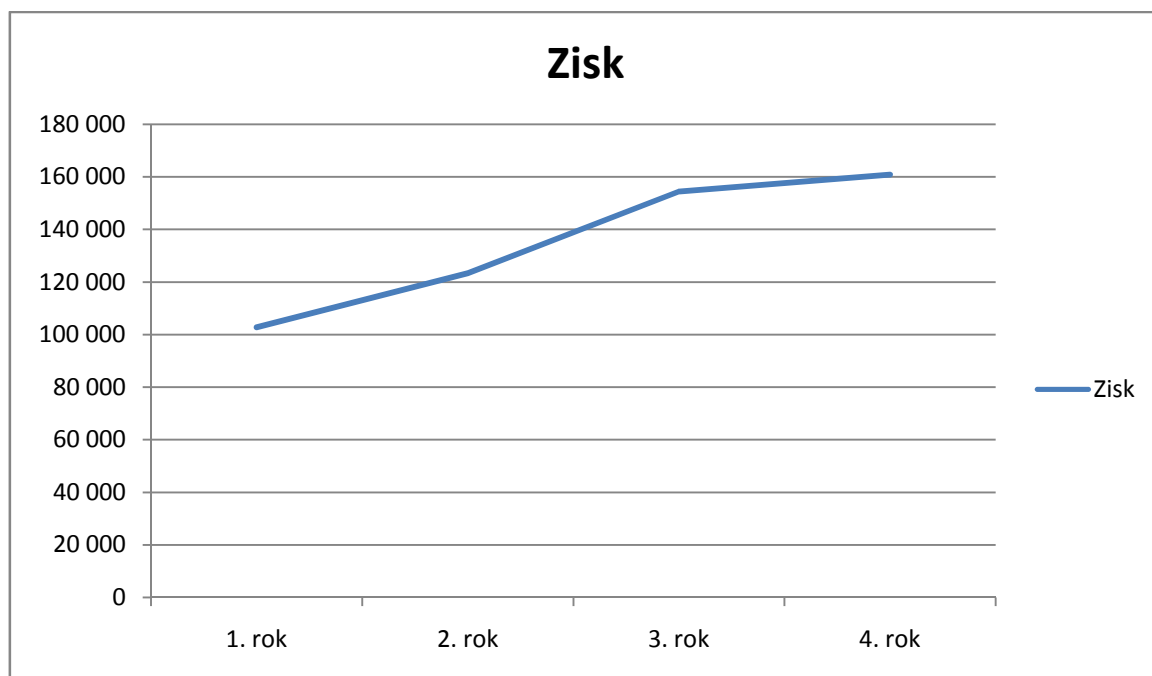
	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok
Náklady	397 000	406 000	415 600	419 200
Výnosy	500 000	530 000	570 000	580 000

4.3.6 Plánovaný výkaz zisku a ztrát

Plánovaný výkaz zisku a ztrát nám znázorňuje výši a strukturu výnosů a nákladů a zobrazuje nám výsledek hospodaření.

Tabulka 18 Plánovaný výkaz zisku a ztrát v Kč

	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok
Výnosy	500 000	530 000	570 000	580 000
Náklady	397 200	406 700	415 600	419 200
Zisk/ ztráta	102 800	123 300	154 400	160 800
Daň	Neplatí	Neplatí	Neplatí	Neplatí
Čistý zisk	102 800	123 300	154 400	160 800



Obrázek 3 Graf - Zisk

4.3.7 Cash flow

CF neboli plán peněžních toků je výkaz, který nám znázorňuje informace o kladných nebo záporných peněžních tocích.

Tabulka 19 Cash flow v Kč

	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok
Příjmy	500 000	530 000	570 000	580 000
Výdaje	397 200	406 700	415 600	419 200
Daň	Neplatí	Neplatí	Neplatí	Neplatí
CF	102 800	123 300	154 400	160 800

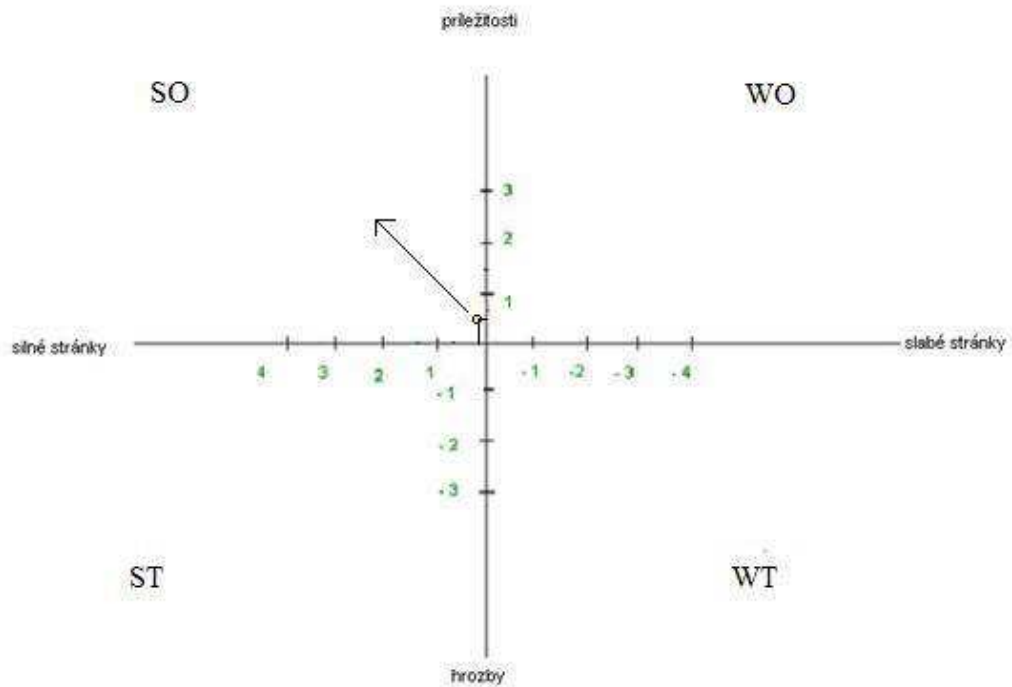
5 SWOT ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

Tabulka 20 SWOT analýza podnikatelského plánu

Kritéria	Váha	Hodn ocení stavu	Váha × stav	Kritéria	Váha	Hodn ocení stavu	Váha × stav
Silné stránky				Příležitosti			
Změny probíhají rychle	0,15	+2	0,3	Rozvoj a rozšíření stávajících služeb	0,25	+2	0,5
Samostatnost	0,045	+1	0,045	Využití nových trhů	0,15	+2	0,3
Volnost při rozhodování	0,15	+2	0,3	Nedostatek konkurence v okolí	0,1	+1	0,1
Jednoduchost přerušení činnosti	0,015	+1	0,015				
Jednoduchost ukončení činnosti	0,015	+1	0,015				
Flexibilita	0,1	+2	0,2				
Kvalita služeb	0,025	+1	0,025				
Dobrá pověst	0,005	0	0				
Slabé stránky				Hrozby			
Neomezené ručení majetku	0,025	-1	-0,025	Vstup nového konkurenta	0,1	-1	-0,1
Vysoké požadavky na odborné, ekonomické a legislativní znalosti	0,015	-1	-0,015	Změny legislativy	0,15	0	0

Pokračování Tabulky 20

Kritéria	Váha	Hodn ocení stavu	Váha × stav	Kritéria	Váha	Hodn ocení stavu	Váh a × stav
Časté funkční přetížení	0,005	0	0	Nízké bariéry vstupu do odvětví	0,25	-1	- 0,25
Omezený přístup k bankovním úvěrům	0,15	-2	-0,3				
Omezená životnost podniku daná délkou života majitele	0,005	0	0				
Možné finanční problémy v podnikání se mohou projevit v rodině podnikatele	0,015	0	0				
Finanční síla	0,1	-2	-0,2				
Kvalita informací	0,005	0	0				
Obchodní značka	0,025	-1	-0,025				
Nedostatek kapitálu	0,15	-2	-0,3				
Celkové ohodnocení	1		0,035		1		0,55



Obrázek 4 SWOT analýza - strategie

Na základě provedené analýzy jsme došli k závěru, že nejlepší řešení bude využití SO strategie. SO strategie se zaměřuje na využití silných stránek a na základě nich se pak snaží získávat konkurenční výhody.

6 ANALÝZA RIZIK PODNIKÁNÍ

V rámci podnikatelského plánu jsme identifikovali rizikové faktory a stanovili dopad jejich možného ohrožení. Abychom jsme jim mohli čelit, musíme taky navrhnout opatření, která by jim předcházela, nebo by je eliminovala.

Rizika související s podnikatelským plánem

Při tvorbě podnikatelského plánu musíme brát v úvahu, jestli náš podnikatelský plán není příliš optimistický a jestli nedojde k překročení plánovaných nákladů. Při kvalitně provedeném podnikatelském plánu bychom se měli danému riziku vyhnout.

Rizika související se zákazníky

Zde nám hrozí, že zákazník nedokáže akceptovat, přijmout námi nabízené služby. Nebo bude mít jiné požadavky, než jaké jsme my schopni nabídnout. Abychom jsme se vyvarovali danému problému, musíme změnit marketingovou strategii nebo se přizpůsobit danému přání zákazníků a upravit náš projekt.

Rizika související s dodavateli

U dodavatelů nám hrozí, že nám budou pozdě dodávat dané zboží, nebo že dodané zboží nebude odpovídat požadované kvalitě. Abychom jsme se danému problému vyhnuly, musíme si přesně s nimi domluvit podmínky spolupráce nebo po nich požadovat penále za zpoždění dodávek, v krajním případě změníme dodavatele.

Rizika související s okolím

V okolí na nás čeká řada nebezpečí, která souvisí buď to s přírodními podmínkami, nebo legislativními zákony. Abychom je eliminovali, musíme dobře monitorovat dané okolí, snažili se jim předcházet prevencí nebo měli dobré pojištění.

Tabulka 21 Seznam potenciálních rizik

Rizikový faktor	Závažnost	Pravděpodobnost	Riziko	Opatření I	Opatření II
Podnikatelský plán a plnění požadovaných termínů					
Příliš optimistický projektový plán	15	1	15	Úprava, opuštění projektu	Vytvořit větší finanční rezervy
Překročení nákladů plánu	15	1	15	Tvorba finančních rezerv	Nezávislý poradce
Zákazníci					
Nedojde k akceptaci služby	15	1	15	Změna marketingové strategie	Úprava projektu
Nové požadavky zákazníků	10	5	50	Pravidelný monitoring požadavků	
Dodavatelé					
Zpoždění dodávek	5	5	25	Smluvní vztahy, penále	Změna dodavatelů
Nízká kvalita dodávek	5	5	25	Smluvní vztahy, pokuty	Změna dodavatelů

Pokračování Tabulky 21

Rizikový faktor	Závažnost	Pravděpodobnost	Riziko	Opatření I	Opatření II
Okolí					
Změna cen vstupů	5	5	25	Úprava cen	
Změna legislativních požadavků	10	5	50	Monitoring okolí	
Změna technických, kvalitativních standardů	10	1	10	Monitoring okolí	
Přírodní katastrofy	10	1	10	Pojištění	
Dopravní nehody	5	5	25	Pojištění	
Nehody při výkonu práce	5	5	25	Prevence, Pojištění	
Škody na majetku a zdraví	5	5	25	Pojištění	

Rizikové faktory jako změna technických a kvalitativních standardů a přírodní katastrofy mají rizikovou hodnotu pod 15, tím jsou na přijatelné úrovni a nemusíme jim věnovat dlouhodobě zvýšenou pozornost.

Ostatní rizikové faktory jako příliš optimistický projektový plán, překročení nákladů plánu, akceptace služeb, nové požadavky zákazníků, zpoždění dodávek, nízká kvalita dodávek, změna cen vstupů, změna legislativních požadavků, dopravní nehody, nehody při výkonu práce, škody na majetku a zdraví mají rizikovou hodnotu v rozmezí 15 až 75. Tím pádem vyžadují zvýšenou pozornost.

Kdyby se objevil rizikový faktor, jehož hodnota by byla v rozmezí 75 až 150, tak bychom museli dané riziko odstranit v termínu stanoveném podle charakteru nebezpečí.

A rizikový faktor, jehož riziková hodnota by byla větší než 150, tak ta by musela být odstraněna co nejdříve, nejlépe ihned.

Daný podnikatelský záměr neobsahuje žádné nebezpečná rizika, která by musela být odstraněna ihned, nebo která by musela být odstraněna ve stanoveném termínu, obsahuje jenom rizika, která vyžadují zvýšenou pozornost a rizika, která jsou na přijatelné úrovni.

ZÁVĚR

Předložená bakalářská práce se zabývá podnikatelským plánem OSVČ. Jedná se o podnikatelský plán pro reálného živnostníka, který se ve svém oboru pohybuje již přes čtyři roky. Za dobu svého podnikání neměl a ani nepotřeboval podnikatelský plán. Díky základním informacím, které poskytl, mohl vzniknout tento podnikatelský plán, který se opírá o skutečnosti, které se dějí na trhu, a doufám, že poskytne samotnému živnostníkovi komplexní pohled na jeho podnikání a že mu bude užitečný. Což je samotný účel daného podnikatelského plánu.

Na základě teoretické podstaty došlo k vypracování daného komplexního podnikatelského plánu se všemi částmi, ze kterých se má skládat. Cílem dané práce je také rozšířit obzor daného živnostníka a ukázat mu písemně zpracovanou verzi jeho podnikání a ukázat mu komplexnost jeho činností. Kdy na základě stanovených analýz si uvědomí silné a slabé stránky svého podnikání a může dojít k určité sebereflexi a snažit se najít určité nové cesty jak se stát na trhu konkurenceschopnějším a jak získat větší postavení a zisk.

Ze závěru dané práce vyplynulo, že daná podnikatelská činnost je výnosná a že daný podnikatel má malá rizika, která by mohla zapříčinit krach. Podnikání živnostníka stojí jenom na samém živnostníkovi, a tím pádem závisí jenom na jeho vlastní pílí, jakým směrem se bude jeho podnikatelská aktivita ubírat.

Když shrnu celý svůj podnikatelský plán, tak jsem přesvědčen, že bude danému živnostníkovi velmi užitečný, protože mu ukáže celkový obrázek jeho dosavadního podnikání a pomůže mu při případné žádosti o úvěr od banky, nebo při získávání kapitálu od soukromých nebo institucionálních investorů.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] Almost One in Five Workers Self-employed in the 1990s. *Canadian Social Trends*. 1998, č. 48, s. 28. ISSN 0831-5698.
- [2] BÍLEK, Evžen. Prevence rizik-vyhledávání a hodnocení rizik. In: *IPodnikatel.cz: Specializovaný portál pro začínající podnikatele* [online]. 14. 2. 2011. [cit. 2012-04-25]. Dostupné z:
<<http://www.ipodnikatel.cz/Bezpecnost-a-ochrana-zdravi-pri-praci/prevence-rizik-vyhledavani-a-hodnoceni-rizik.html>>
- [3] BLACKWELL, Edward. *Podnikatelský plán: Průvodce pro malé a střední podnikatele, How to Prepare a Business Plan*. Přeložil Jiří TOLMAN. Praha: Readers International Prague, 1993. ISBN 80-901454-1-8.
- [4] ČESKO. Zákon č. 455 ze dne 2. října 1991 o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) a o změně a doplnění dalších zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1991, částka 87. Dostupné také z:
<<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1991/sb087-91.pdf>>
- [5] ČESKO. Zákon č. 513 ze dne 5. listopadu 1991 o obchodním zákoníku a o změně a doplnění dalších zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1991, částka 98. Dostupný také z:
<<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1991/sb098-91.pdf>>
- [6] DOLEŽAL, Jan, Pavel MÁCHAL a Branislav LACKO. *Projektový management podle IPMA*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2848-3.
- [7] FOJTÍK, David. Získejte finance z fondů EU. *Moderní řízení*. 2009, č. 7, s. 36-37. ISSN 0026-8720.
- [8] FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: Grada, 1999. ISBN 80-7169-812-1.
- [9] HOLMES, Tamara. Year-end Tax Tips for the Self-Employed. *Black Enterprise*. 2011, č. 5, s. 22. ISSN 0006-4165.
- [10] Jak si stojí jednotlivé kraje ČR. *Moderní řízení*. 2009, č. 6, s. 5. ISSN 0026-8720.

- [11] KARLÖV, Bengt a Frederik Helin LÖVINGSSON. *Management od A do Z: 300 důležitých pojmů s výkladem a příklady*. Brno: Computer Press, 2006. ISBN 80-251-1001-X.
- [12] KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [13] LANDA, Martin. *Finanční plánování a likvidita*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1492-6.
- [14] MARCINEK, Roman. O nás. In: *Zateplovani-marcinek.cz* [online]. [cit. 2012-04-26]. Dostupné z:
<<http://www.zateplovani-marcinek.cz/index.php?navigace=0&lang=1>>
- [15] MAŠKA, Milan. O nás. In: *Mm-fasady.cz* [online]. [cit. 2012-04-26]. Dostupné z:
<<http://www.mm-fasady.cz/index.php>>
- [16] MĚCHURA, Stanislav. O nás. In: *Dohnalek-mechura.webnode.cz* [online]. [cit. 2012-04-26]. Dostupné z:
<<http://dohnalek-mechura.webnode.cz/o-nas/>>
- [17] More Workers Self-employed. *Monthly Labor Review*. 1999, č. 62, s. 2. ISSN 0098-1818.
- [18] NENADÁL, Jaroslav. *Management a partnerství s dodavateli: Nové perspektivy firemního nakupování*. Praha: Management Press, 2006. ISBN 80-7261-152-6.
- [19] NÝVLTOVÁ, Romana a Pavel MARINIČ. *Finanční řízení podniku: Moderní metody a trendy*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3158-2.
- [20] PŘIBYL, Robert. O nás. In: *StavbyPribyl.cz* [online]. © 2012. [cit. 2012-04-26]. Dostupné z:
<<http://www.stavbypribyl.cz/cs71-O-Nas.html>>
- [21] SRPOVÁ, Jitka et al. *Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
- [22] SRPOVÁ, Jitka, Ivana SVOBODOVÁ, Pavel SKOPAL a Tomáš ORLÍK. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.

- [23] STRACHOTA, Vít a František STRACHOTA. Novinky. In: *MalbyStrachota.cz* [online]. [cit. 2012-04-26]. Dostupné z:
<<http://www.malbystrachota.cz/>>
- [24] SYNEK, Miloslav et al. *Manažerská ekonomika*. 5. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3494-1.
- [25] TOMÁNEK, Zdeněk. Činnost. In: *Progres-t.cz* [online]. [cit. 2012-04-26]. Dostupné z:
<<http://www.progres-t.cz/>>
- [26] VANĚK, David. O nás. In: *Cbs-stavby.cz* [online]. © 2012 [cit. 2012-04-26]. Dostupné z:
<<http://www.cbs-stavby.cz/realizace-staveb/o-nas>>
- [27] VEBER, Jaromír et al. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6.
- [28] WUPPERFELD, Udo et al. *Podnikatelský plán pro úspěšný start, Der Business-Plan für den erfolgreichen Start*. Přeložil Jiří PONDĚLÍČEK. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-075-9.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CF Cash flow.

OSVČ Osoba samostatně výdělečně činná.

S a ZP Sociální a zdravotní pojištění.

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obrázek 1 Porterův model pěti konkurenčních sil</i>	<i>39</i>
<i>Obrázek 2 Graf - Plánované náklady a výnosy</i>	<i>50</i>
<i>Obrázek 3 Graf - Zisk</i>	<i>51</i>
<i>Obrázek 4 SWOT analýza - strategie.....</i>	<i>55</i>

SEZNAM TABULEK

<i>Tabulka 1 SWOT analýza</i>	26
<i>Tabulka 2 Analýza rizik- ocenění závažnosti rizik</i>	27
<i>Tabulka 3 Analýza rizik- pravděpodobnosti rizik</i>	28
<i>Tabulka 4 Analýza rizik-hodnocení rizik</i>	28
<i>Tabulka 5 Porterovy generické strategie</i>	39
<i>Tabulka 6 Auto, stroje a zařízení v podnikání</i>	42
<i>Tabulka 7 Ostatní stroje a zařízení v podnikání</i>	42
<i>Tabulka 8 Zednické práce - cena bez materiálu Stojní omítky - cena obsahuje materiál, práci, osazení začišťovacích profilů a rohů</i>	44
<i>Tabulka 9 Stojní omítky - cena obsahuje materiál, práci, osazení začišťovacích profilů a rohů</i>	45
<i>Tabulka 10 Sádrokartonářské práce - cena bez materiálu</i>	45
<i>Tabulka 11 Zateplovací práce - cena bez materiálu</i>	46
<i>Tabulka 12 Počáteční rozvaha</i>	47
<i>Tabulka 13 Zakladatelský rozpočet</i>	48
<i>Tabulka 14 Roční plán nákladů a výnosů v Kč</i>	49
<i>Tabulka 15 Plán nákladů v Kč</i>	49
<i>Tabulka 16 Plán výnosů v Kč</i>	50
<i>Tabulka 17 Náklady a výnosy v Kč</i>	50
<i>Tabulka 18 Plánovaný výkaz zisku a ztrát v Kč</i>	51
<i>Tabulka 19 Cash flow v Kč</i>	52
<i>Tabulka 20 SWOT analýza podnikatelského plánu</i>	53
<i>Tabulka 21 Seznam potenciálních rizik</i>	57

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I Výpis z živnostenského rejstříku

Příloha P II Životopis Petra Peluchy

PŘÍLOHA P I: VÝPIS Z ŽIVNOSTENSKÉHO REJSTŘÍKU

Platnost k 23.02.2012 20:13:21

Subjekt

Jméno a příjmení:

Petr Pelucha

Datum narození:

14.02.1981

Občanství:

Česká republika

Bydliště:

Dražka 104, 696 61, Vnorovy - Liděřovice

(zapsáno od 03.10.2008)

Místo podnikání:

Dražka 104, 696 61, Vnorovy - Liděřovice

(zapsáno od 03.10.2008)

Identifikační číslo:

87126737

(zapsáno od 03.10.2008)

Živnostenská oprávnění

- **Živnostenské oprávnění č. 1:**

Předmět podnikání:

Zednictví

Druh živnosti:

Ohlašovací řemeslná

Vznik oprávnění:

03.10.2008

Doba platnosti oprávnění:

na dobu neurčitou

- **Živnostenské oprávnění č. 2:**

Předmět podnikání:

Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Obory činnosti:

Zprostředkování obchodu a služeb

Zahájeno: 03.10.2008

Velkoobchod a maloobchod

Zahájeno: 03.10.2008

Druh živnosti:

Ohlašovací volná

Vznik oprávnění:

03.10.2008

Doba platnosti oprávnění:

na dobu neurčitou

Úřad příslušný podle §71 odst.2 živnostenského zákona: Městský úřad Veselí nad Moravou

| [Údaje ve formátu XML](#)

Tento výpis je neprodejný a byl pořízen prostřednictvím Internetu dne 23.02.2012.

PŘÍLOHA P II: ŽIVOTOPIS PETRA PELUCHY

Životopis

Příjmení, jméno, titul: PETR PELUCHA
Trvalé bydliště: Dražka č. 104, 696 61 Vnorovy, okr. Hodonín
Kontaktní telefon: 732622013
Datum narození: 14. 2. 1981
Email: petrpelucha@email.cz

VZDĚLÁNÍ

1. **1995 – 2000** *Střední průmyslová a umělecká škola a Vyšší odborná škola Hodonín*, studijní obor *Stavebnictví*, splněno maturitní zkouškou

ZÁKLADNÍ VOJENSKÁ SLUŽBA

2000 – 2001

PŘEHLED PŘEDCHOZÍCH ZAMĚSTNÁNÍ A PRAXE

- 1) **Září 2008 – dosud** *OSVČ* – stavební a poradenská činnost
- 2) **Prosinec 2001 – září 2008** *Policie České Republiky, OOP Veselí nad Moravou* – policejní inspektor – administrativní činnost, dvouletá praxe na SKPV Veselí nad Moravou – vyšetřování a dokumentace násilné, majetkové a hospodářské trestné činnosti

JAZYKOVÉ ZNALOSTI

Německý jazyk – základní/pasivní

POČÍTAČOVÉ DOVEDNOSTI

Sada MS Office

DALŠÍ SCHOPNOSTI A DOVEDNOSTI

- 1) Školení a certifikace ke stavebním systémům Ytong, Porotherm, KM Beta, Ekolak, Quick-mix a Mapei, komínové systémy Schiedel, střešní systémy Bramac, Tondach, KM Beta, suché výstavby Knauf
- 2) Řidičský průkaz skupiny B

Ve Vnorovech dne 23.2. 2012

Petr Pelucha