

Analýza podmínek založení podniku

Hana Dvorská

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: **Hana DVORSKÁ**
Osobní číslo: **L09374**
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Logistika a management**

Téma práce: **Analýza podmínek založení podniku**

Zásady pro vypracování:

1. Definujte malé a střední podnikání a možnosti forem jeho realizace v České republice
2. Analyzujte možnosti podnikání v daném regionu, jejich specifika a vyhodnocení
3. Navrhněte sestavení podnikatelského plánu na založení podniku



Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

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

Seznam odborné literatury:

[1] KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M., Podnikatelský plán. 1. vyd., Computer Press a.s., 2007, 216 str., ISBN 978-80-251-1605-0.

[2] SRBOVÁ, J. a kol.: Podnikatelský plán. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze. Nakladatelství Oeconomica, 2007, ISBN 978-80-245-1263-1.

[3] VEBER, J. a kol. Podnikání malé a střední firmy. 1.vyd. Praha: Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2.

Další odborná literatura dle doporučení vedoucího práce.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Mgr. Pavel Zemánek

Ústav ekonomie

Datum zadání bakalářské práce:

15. prosince 2011

Termín odevzdání bakalářské práce:

11. května 2012

V Uherském Hradišti dne 22. 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 pracovala samostatně a použitou literaturu jsem citovala. V případě publikace výsledků budu uvedena jako spoluautorka;
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

V Uherském Hradišti dne ..11.5..2012..

.....*Hana Čvachová*.....
podpis studentky

ABSTRAKT

Cílem bakalářské práce „Analýza podmínek založení podniku“ je analýza trhu a následné vypracování reálného podnikatelského plánu. V teoretické části autor objasňuje pojem a význam malého a středního podnikání, zavádí nás do oblasti možných forem podnikání a nastiňuje základní význam podnikatelského plánu a jeho základní strukturu. V praktické části si na základě provedené analýzy trhu vybírá perspektivní oblast podnikání v daném regionu a vhodnou právní formu podnikání. Následně navrhne podnikatelský plán na založení konkrétního podniku.

Klíčová slova:

Podnikání, podnikatelský plán, financování, cestovní agentura

ABSTRACT

The theme of the thesis "Analysis of the conditions for setting-up a company" is a market analysis and then the development of a real business plan. In the theoretical part, the author explains the concept and importance of small and medium companies, introduces us the possible forms of the companies and suggests the essential importance of the business plan and its basic structure. In the practical section (based on a market analysis), it selects applicable area of business in the region and the right legal business form. Then it proposes business plan for the establishment of a particular company.

Keywords:

Business, business plan, financing, travel agency

Motto:

"Překážky jsou ony obávané věci, které spatříte, když odvrátíte pohled od svého cíle."

Henry Ford

Poděkování:

Na tomto místě bych ráda poděkovala Ing. Mgr. Pavlu Zemánkovi za cenné rady a odborné připomínky, kterými přispěl k vypracování k této bakalářské práce.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 TYPOLOGIE PRÁVNÍCH FOREM PODNIKÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICE	12
1.1 Podnikání jednotlivce – živnost	12
1.1.1 Živnost ohlašovací	12
1.1.2 Živnost koncesované	13
1.2 Obchodní společnosti	13
1.2.1 Typy obchodních společností.....	13
1.2.1.1 Veřejná obchodní společnost (označení v. o. s. nebo veř. obch. spol.)	14
1.2.1.2 Komanditní společnost (označení k. s. nebo kom. spol.)	16
1.2.1.3 Společnost s ručením omezeným (označení s. r. o. nebo spol. s r. o.)	18
1.2.1.4 Akciová společnost (označení a. s. nebo akc. spol.).....	21
1.3 Družstvo	25
1.3.1 Založení a vznik družstva.....	25
1.3.2 Základní kapitál.....	25
1.3.3 Nedělitelný fond.....	26
1.3.4 Rozdělení zisku	26
1.3.5 Orgány družstva	26
1.3.5.1 Členská schůze.....	26
1.3.5.2 Představenstvo	26
1.3.5.3 Kontrolní komise	27
1.3.6 Zákaz konkurence	27
1.3.7 Zrušení a likvidace družstva.....	27
2 MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY	28
2.1 Základní pojmy.....	28
2.2 Malé a střední podniky a jejich význam.....	28
2.2.1 Definice malých a středních podniků.....	28
2.2.2 Výhody a nevýhody malých a středních podniků	29
2.2.3 Vývoj malých a středních podniků v ČR	30
3 PODNIKATELSKÝ PLÁN	32
3.1 Charakteristika a účel podnikatelského plánu	32
3.2 Rozsah podnikatelského plánu	32
3.3 Struktura podnikatelského plánu	32
3.3.1 Obsah.....	33
3.3.2 Titulní strana	33
3.3.3 Popis podniku a jeho cílů do budoucna.....	33
3.3.4 Popis produktů a jejich technicko-technologické zajištění	34
3.3.5 Marketingový plán	34
3.3.5.1 Produkt.....	34
3.3.5.2 Cena	35
3.3.5.3 Distribuce.....	35
3.3.5.4 Propagace.....	35
3.3.6 Analýza konkurence a trhu.....	35

3.3.7	SWOT analýza	36
3.3.8	Dodavatelské zajištění projektu	37
3.3.9	Finanční plán	37
3.3.9.1	Plánování nákladů	37
3.3.9.2	Plánování výnosů	38
3.3.9.3	Plánování rozvahy	38
3.3.9.4	Plánování výkazu zisků a ztrát	38
3.3.9.5	Plánování Cash Flow	38
3.3.9.6	Hodnocení výnosnosti	38
3.3.10	Shrnutí	40
3.3.11	Přílohy	40
II	PRAKTICKÁ ČÁST	41
4	ANALÝZA TRHU	42
4.1	Počty jednotek v registru ekonomických subjektů podle územního členění a vybraných právních forem	43
4.2	Ekonomické subjekty v Olomouckém kraji podle právních forem	44
4.3	Počty jednotek v registru ekonomických subjektů podle převažující činnosti CZ-NACE v Olomouckém kraji a jeho okresech	45
4.4	Podíl subjektů v Olomouckém kraji dle převažující činnosti CZ-NACE	46
4.5	Shrnutí analýzy	46
5	ZPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU NA ZALOŽENÍ PODNIKU	47
5.1	Titulní strana	47
5.2	Popis podniku a jeho plánů do budoucna	48
5.3	Popis produktů a služeb a jejich technicko-technologické zajištění	48
5.3.1	Popis produktů	48
5.3.2	Popis zajištění služeb	49
5.3.3	Potřeba pracovníků	49
5.4	Marketingový plán	49
5.4.1	Cena	49
5.4.2	Distribuce	50
5.4.3	Propagace	50
5.4.3.1	Webové stránky	50
5.4.3.2	Informační letáčky a pojízdná reklama	50
5.4.3.3	Inzerce	50
5.5	Analýza konkurence	50
5.6	Průzkum trhu	52
5.7	SWOT analýza	53
5.8	Analýza dodavatelů	53
5.9	Finanční plán	55
5.9.1	Výše vloženého vkladu do společnosti	55
5.9.2	Vstupní rozvaha	55
5.9.3	Výpočet nákladů	56
5.9.3.1	Náklady spojené se založením společnosti	56
5.9.3.2	Finanční investice nutné pro zařízení kanceláře a chodu společnosti	56
5.9.3.3	Mzdové náklady	57

5.9.3.4	Odpisy	58
5.9.3.5	Náklady na propagaci společnosti	59
5.9.4	Celkové plánované náklady	59
5.9.5	Plán tržeb.....	60
5.9.6	Plánovaný výkaz zisku a ztrát	62
5.9.7	Cash Flow.....	63
5.9.7.1	Cash Flow – optimistická varianta.....	63
5.9.7.2	Cash Flow – realistická varianta.....	64
5.9.7.3	Cash Flow – pesimistická varianta	64
5.10	Ukazatelé rentability (výnosnosti).....	65
	ZÁVĚR	67
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	68
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	70
	SEZNAM OBRÁZKŮ	71
	SEZNAM TABULEK.....	72
	SEZNAM PŘÍLOH.....	73

ÚVOD

Téma bakalářské práce „Analýza podmínek založení podniku“ jsem si vybrala, jelikož je mi toto téma velice blízké a také proto, že bych chtěla v budoucnu začít podnikat. Zkušenosti získané prostřednictvím této práce mi budou velkým přínosem a vodítkem pro zpracování podnikatelské plánu pro svou vlastní podnikatelskou činnost.

Vzhledem k celkovému vývoji hospodářské situace, především k neustálému růstu nezaměstnanosti, se zvyšuje počet osob, které se rozhodnou investovat své finanční prostředky a know-how do podnikání. Většina z nich skálopevně věří ve své schopnosti a především v propracovanost svých myšlenek v oblasti plánů do budoucna. Což je samozřejmě naprosto v pořádku. Problém ovšem nastává tehdy, když kvůli svému nadšení a víře v lepší zítřky, zapomenou na důležitost zpracování analýzy trhu a podnikatelského plánu. Což se jim může stát osudné. Právě totiž jejich vypracování může odhalit slabé stránky a případné hrozby celého záměru podnikání.

Cílem této práce je nastínění všech možných forem podnikání vhodných pro malé a střední podniky a uvedení jejich legislativních a ekonomických aspektů. Dále následuje výběr vhodného zaměření podnikání, cestovní agentury, volba nejméně rizikové formy podnikání pro zvolenou oblast a zpracování smysluplného podnikatelského plánu.

Práce je rozdělena do dvou částí. Teoretickou část tvoří veškeré informace spojené s podnikáním, formami podnikání a strukturou podnikatelského plánu, které slouží jako podklad k vypracování praktické části. Oporou jsou dostupné zdroje, jako jsou knižní publikace, internet či vlastní zkušenosti.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 TYPOLOGIE PRÁVNÍCH FOREM PODNIKÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICE

Tato kapitola vychází ze Zákona č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník. [2]

Právní řád České republiky nabízí několik druhů forem podnikání. Jednotlivé druhy se od sebe liší především formou a rozsahem ručení, existencí a případnou výší základního kapitálu, minimálním počtem zakladatelů a jejich účastí na zisku a především daňovým a administrativním zatížením. [10]

Nejjednodušší a i nejoblíbenější formou podnikání je podnikání jednotlivců neboli živnostníků. A to především z hlediska administrativní náročnosti spojenou se začátkem podnikání a relativně nízkými nároky na vedení daňové evidence případně účetnictví. Podobný druh podnikání jednotlivců nabízejí osobní společnosti. Nejblíže podnikání jednotlivců (živnostníků) je veřejná obchodní společnost, u které zakladatelé ručí celým svým osobním majetkem.

Dále je možné podnikat v rámci kapitálových společností a družstev. Přestože jsou tyto formy administrativně daleko náročnější, jejich velká výhoda spočívá ve formě ručení, kdy ve většině případů společníci za závazky své společnosti neručí.

1.1 Podnikání jednotlivce – živnost

Podnikáním jednotlivce se rozumí, že je podnik vlastněn pouze jednou osobou. Nejčastěji mají podniky jednotlivce formu živnosti a to buď ohlašovací a koncesovanou.

Dle obchodního zákona je živnost soustavná podnikatelská činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku řídicí se živnostenským zákonem.

Živnostníkem se může stát fyzická či právnická osoba zapsaná v obchodním rejstříku a splňuje podmínky pro provozování živnosti. To znamená, že dosáhla věku 18 let, je oprávněná k právním úkonům, je trestně bezúhonná a nemá žádné závazky vůči daňovému úřadu a správě sociální zabezpečení. Další podmínky jsou závislé na typu živnosti.

1.1.1 Živnost ohlašovací

V případě živnosti ohlašovací je možné podnikat, kromě splnění podmínek dané živnostenským zákonem, až na základě ohlášení příslušnému úřadu. Mezi ohlašovací živ-

nosti řadíme živnosti řemeslné, vázané a volné. Příkladem řemeslné živnosti je například zámečnictví, truhlářství, zednictví, klempířství. Muže ji provozovat pouze osoba odborně způsobilá, minimálně s výučním listem v oboru či s praxí šesti let v oboru nebo na základě jiných podmínek daných živnostenským zákonem. Mezi živnosti vázané zase řadíme například výrobu, montáž a opravy tlakových zařízení, vedení účetnictví, masérské služby. Způsobem jak získat oprávnění k provozování této živnosti je prokázání odborné způsobilosti za podmínek dané v příloze číslo 2 Živnostenského zákona. Posledním druhem ohlašovací živnosti je volná, u které není dána podmínka odborné způsobilosti, pouze je omezena obecnými podmínkami pro provozování živnosti. Do této kategorie spadají ostatní ohlašovací živnosti, které nejsou zařazeny do živností řemeslných či vázaných. Jsou jimi například výroba textilního zboží, zprostředkovávání obchodu a služeb, ubytovací služby.

1.1.2 Živnost koncesované

Tato živnost může být vykonávána pouze na základě udělení koncese neboli povolení. Její udělení je podmíněno splněním podmínek daných živnostenským zákonem tj. splněním odborné způsobilosti, kterou zákon definuje ke každému typu činnosti zvlášť. Udělení koncese není právně nárokovatelné. Příkladem koncesované živnosti je provoz taxilužby, střelnice, cestovní kanceláře, pohřební služby nebo provozování ostrahy majetku a osob.

1.2 Obchodní společnosti

Obchodní společnost je podle § 56 obchodního zákoníku právnickou osobou založenou za účelem podnikání. Právní řád České republiky rozlišuje tyto druhy obchodní společnosti: veřejnou obchodní společnost, komanditní společnost, společnost s ručením omezeným, akciovou společnost. Výjimkou co z pohledu účelu založení společnosti je společnost s ručením omezeným a akciová společnost, které mohou být založeny i za jiným účelem než je podnikání. [3]

1.2.1 Typy obchodních společností

Dle ekonomicko-právního hlediska rozlišujeme dva základní typy obchodních společností a to osobní a kapitálové.

Osobní společnosti se vyznačují především neomezeným ručením společníků. To v praxi znamená celým (veškerým) svým majetkem. Mezi tyto společnosti řadíme veřejnou obchodní společnost, kdy za závazky společnosti ručí všichni společníci celým svým majetkem a komanditní společnost, u které neomezeně ručí jen někteří společníci. [3]

Co se týče kapitálových společností, ty jsou téměř opakem osobních. Zde společníci ručí omezeně, tedy do výše svého vkladu. Mezi kapitálové společnosti řadíme, v praxi velmi často využívanou formu podnikání, společnost s ručením omezeným a akciovou společnost. [3]

1.2.1.1 Veřejná obchodní společnost (označení v. o. s. nebo veř. obch. spol.)

Veřejná obchodní společnost, jak již bylo zmíněno, je druhem osobní společnosti, ve které mohou podnikat alespoň dvě osoby. Společníci ručí za závazky společnosti nerozdílně celým svým majetkem. Tedy jak již bylo uvedeno i osobním. Což je v praxi velmi důležitý aspekt při rozhodování kterou formu podnikání zvolit.

Společníci

Společníkem veřejné obchodní společnosti může být jak fyzická tak i právnická osoba. Fyzická osoba může být společníkem pouze tehdy, pokud splňuje všeobecné podmínky provozování živnosti a neexistuje u ní překážka provozování živnosti a to bez ohledu na zvolený předmět podnikání. Pokud je společníkem právnická osoba, zastupuje a vykonává všechna práva a povinnosti prostřednictvím statutárního orgánu nebo také může na tuto činnost pověřit svého zástupce.

Práva a povinnosti společníků

Veškerá práva a povinnosti společníků se řídí společenskou smlouvou, proto je velmi důležité na to pamatovat při sepisování smlouvy a vše potřebné v ní uvést. Další změny ve smlouvě je pak možné provádět pouze na základě souhlasu všech společníků, pokud tedy zákon nebo smlouva nestanoví jinak.

Velkou výhodou této společnosti je, že není podmínkou jejího vzniku vložení základního kapitálu! Ovšem pokud je ve smlouvě výše základního kapitálu uvedena, musí každý společník tento vklad do stanové lhůty (uvedena ve smlouvě) nebo bez zbytečného odkladu po vzniku společnosti splatit. Za případnou prodlevu zákon umožňuje společnosti

stanovit společníkovi úrok z prodlení ve výši 20 % z dlužné částky, pokud se ve společenské smlouvě nedohodli jinak.

Vedení společnosti

K vedení společnosti je oprávněn každý společník. Pokud ale jím byl pověřen jeden nebo více společníků přímo ve smlouvě, tak ostatní pozbývají tohoto oprávnění. V případě vedení více společníky, je oprávněn jednat jménem společnosti každý z nich samostatně, není-li ve smlouvě uvedeno jinak.

Dělení zisku

Zisk se mezi společníky dělí rovným dílem, který je stanoven na základě účetní závěrky. Splatnost části zisku je stanovena do tří měsíců od jejího schválení. Ztrátu nesou společníci také rovným dílem. Vše se ale opět řídí společenskou smlouvou.

Zákaz konkurence

U této formy podnikání platí pro společníky přísný zákaz konkurence. To v praxi znamená, že bez svolení ostatních společníků nesmí žádný ze společníků podnikat ve stejném předmětu podnikání společnosti, a to ani ve prospěch jiných osob, ani zprostředkovávat obchody společnosti pro někoho jiného. Také nesmí být statutárním orgánem nebo členem orgánu společnosti s podobným předmětem podnikání.

Tento zákaz dále neumožňuje podnikat (být společníky) v jiných osobních společnostech. Výjimku tvoří kapitálové společnosti, ve kterých společníky být smějí, ovšem za předpokladu, že neporuší zákaz konkurence.

Zrušení a likvidace společnosti

Ke zrušení společnosti může dojít z mnoha různých důvodů. Nejčastějšími případy je například rozhodnutím soudu, smrtí společníka, zánikem právnické osoby, která je společníkem, prohlášením konkurzu na majetek některého ze společníků, zbavením nebo omezením způsobilosti k právním úkonům některého ze společníků, z dalších důvodů stanovených ve společenské smlouvě.

V těchto případech (mimo rozhodnutí soudu) se mohou zbývajících společníci změnou společenské smlouvy dohodnout, že společnost trvá i nadále bez společníka, kterého se důvod zániku týká. Pokud nestihnou uzavřít dohodu o změně společenské smlouvy

do tří měsíců od zrušení společnosti, tak bohužel společnost pozbývá tohoto práva a společnosti bohužel tímto dnem vstupuje do likvidace.

Vypořádání společníků

Pokud dojde ke zrušení společnosti s likvidací, mají společníci podle zákona nárok na podíl z likvidačního zůstatku. Ten se dělí, pokud není ve společenské smlouvě uvedeno jinak, mezi společníky do výše hodnoty jejich splacených vkladů a zbývající část zůstatku se rozdělí rovným dílem mezi všechny společníky. Dojde-li k případu, že likvidační zůstatek nepostačí na vrácení splacených vkladů, tak se rozpočítá poměrem k jejich výši.

1.2.1.2 Komanditní společnost (označení k. s. nebo kom. spol.)

Komanditní společnost je zajímavým druhem společnosti, kdy se vyznačuje smíšeným způsobem ručení společníků. Jedna část společníků, kteří se nazývají komanditisté, může jich být jeden a více, ručí za závazky společnosti do výše nesplaceného vkladu zapsaného v obchodním rejstříku. Tento způsob ručení je velmi podobný jako u společnosti s ručením omezeným. Druhou část společníků tvoří komplementáři. Komplementářů může být také jeden či více, ručí veškerým svým majetkem, tedy podobně jako u veřejné obchodní společnosti. Výjimku může tvořit komanditista, jehož jméno je uvedeno v názvu společnosti. V tomto případě musí ručit za závazky společnosti jako komplementář.

Společníci

Podle zákona může být komplementářem pouze osoba, která splňuje podmínky provozování živnosti nebo neexistuje u ní překážka provozování živnosti a to bez ohledu na zvolený předmět podnikání. Pokud je komplementářem právnická osoba, zastupuje a vykonává všechna práva a povinnosti prostřednictvím statutárního orgánu nebo si také smí na tuto činnost pověřit svého zástupce.

Práva a povinnosti společníků

Statutární orgán zastávají pouze komplementáři, kteří jsou jako jediní oprávněni k obchodnímu vedení společnosti. Co se týče ostatních záležitostí týkající se společnosti, rozhodují oba typy společníků a to většinou hlasů, pokud tedy není ve společenské smlouvě uvedeno jinak. Ovšem ke změně smlouvy je třeba souhlasu všech společníků.

Důležitým právem komanditisty je možnost nahlížet do účetních knih a účetních dokladů společnosti a kontrolovat tam obsažené údaje nebo tím pověřit auditora

Vklady

Komanditista je povinen vložit do základního kapitálu společnosti vklad ve výši, která je určena společenskou smlouvou. Ze zákona však minimálně 5 000 Korun českých (dále jen zkratka Kč). Tento vklad je povinen splatit ve lhůtě stanovené společenskou smlouvou nebo bez zbytečného odkladu po vzniku společnosti. Komplementářů se ale tato povinnost netýká, což vyplývá především z jejich formy ručení.

Zákaz konkurence

Zákaz konkurence platí pouze pro komplementáře. Pokud tedy není ve smlouvě uvedeno jinak.

Dělení zisku

Způsob ručení se také odráží při rozdělování zisku mezi komplementáře a komanditisty. Kdy se zisk dělí na část připadající společnosti a na část připadající komplementářům. Pokud není stanoveno ve společenské smlouvě jinak, tak podle zákona se zisk mezi ně rozdělí na polovinu. Část zisku, která připadala společnosti, se po zdanění rozdělí mezi komanditisty v poměru uvedené ve společenské smlouvě, jinak v poměru splacených vkladů a část zisku pro komplementáře se rozdělí rovným dílem nebo opět jinak, pokud je tato skutečnost uvedena ve společenské smlouvě.

Ztrátu zjištěnou účetní uzávěrkou nesou komplementáři rovným dílem a komanditisté jsou povinni podílet se na její úhradě, pokud není ve společenské smlouvě uvedena jiná skutečnost.

Zrušení a likvidace společnosti

Komanditní společnost může být zrušena s likvidací společnosti a i bez likvidace. Ale co je velmi zajímavé, že pokud se společnost mění bez likvidace na veřejnou obchodní společnost, zanikne účast všech komanditistů. Což je samozřejmě třeba administrativně ošetřit výmazem a novým zápisem do obchodního rejstříku. [3]

1.2.1.3 Společnost s ručením omezeným (označení s. r. o. nebo spol. s r. o.)

Společnost s ručením omezeným je společnost, která, jak už bylo zmíněno, je oblíbená tím, že společníci ručí pouze do výše zapsaných nesplacených vkladů. Zápisem splacení všech vkladů do obchodního rejstříku však ručení zaniká. Ovšem, co je velmi důležité, způsob ručení společníků není totožný s ručením samotné společnosti! Ta ručí za porušení svých závazků celým svým majetkem.

Společnost může být založena a dále tvořena jedním až padesáti společníky. Pokud je společnost založena pouze jednou osobou (zakladatelem), tak se sepisuje zakladatelská listina. Při založení více společníky pak k tomuto účelu poslouží společenská smlouva.

Výše základního kapitálu společnosti (tvořený všemi vklady společníků) musí činit podle zákona minimálně 200 000 Kč a výše vkladu jednoho společníka musí činit alespoň 20 000 Kč. Z toho vyplývá, že pokud společnost zakládá pouze jedna osoba, musí jeho vklad činit minimálně 200 000 Kč. Na základním kapitálu společnosti se může každý společník účastnit pouze jedním vkladem.

Před podáním návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku musí být splaceno celé emisní ážio a za každý peněžitý vklad nejméně 30 %. Celková výše splacených peněžitých a nepeněžitých vkladů musí však činit alespoň 100 000 Kč. Je-li společnost založena jedním zakladatelem, může být zapsána, až po splacení celé výše základního kapitálu.

Práva a povinnosti společníků

Společníci jsou povinni splatit své vklady dle podmínek a ve lhůtě uvedených ve společenské smlouvě, a to nejpozději do pěti let od vzniku společnosti nebo od převzetí závazku ke zvýšení vkladu nebo k novému vkladu. Pokud některý ze společníků, nesplní svou povinnost ani v náhradní lhůtě, může být valnou hromadou ze společnosti vyloučen.

Obchodní podíl

Obchodní podíl představuje účast společníka na společnosti a z této účasti plynoucí práva a povinnosti. Jeho výše se určuje na základě poměru vkladu společníka k základnímu kapitálu, není-li ve společenské smlouvě uvedeno jinak. Každý společník může vlastnit pouze jeden obchodní podíl, ledaže by se účastnil dalším vkladem, čímž by se mu zvýšil jeho celkový vklad, tedy i jeho osobní podíl.

Společník může převést svůj obchodní podíl i na jiného společníka ovšem pouze se souhlasem valné hromady.

Podíl na zisku

Každý společník má právo na podíl ze zisku, kdy jeho výše vyplývá z poměru k obchodním podílům společnosti. Podmínky rozdělování zisku by měly být uvedeny ve společenské smlouvě.

Tvorba rezervního fondu

Společnost je ze zákona povinna vytvořit rezervní fond a to buď již při jejím vzniku, nebo až z prvního čistého zisku vypočteného z účetní závěrky a pak podle výše jejího splacení v dalších letech. V tomto případě je fond tvořen v prvním roce nejméně 10 % z čistého zisku, ale ne více jak 5 % z celkové výše základního kapitálu. V následujících letech minimálně 5 % z čistého zisku až do vytvoření celého rezervního fondu, který musí v konečné výši činit 10 % z vloženého základního kapitálu. Vše také záleží na podmínkách stanovených ve společenské smlouvě a stanovách společnosti.

O použití rezervního fondu rozhodují jednatele a je ho možné použít pouze na pokrytí ztráty společnosti!

Orgány společnosti

Orgány společnosti s ručením omezeným jsou valná hromada, jednatele, dozorčí rada.

a) Valná hromada

Vrcholným orgánem společnosti je valná hromada, která je oprávněna schvalovat účetní uzávěrky, rozhodovat o rozdělení zisku a úhradě ztrát, schvalovat stanovy, rozhodovat o změně obsahu společenské smlouvy, jmenovat, odvolávat a odměňovat jednatele, členy dozorčí rady, likvidátora, rozhodovat o vyloučení společníka, o zrušení společnosti, schvalovat smlouvy, rozhodovat o fúzi, převodu jmění.

Valná hromada je schopna usnesení pouze za přítomnosti společníků, kteří mají alespoň polovinu všech hlasů, kdy společníci mají jeden hlas na každých 1000 Kč svého vkladu. Dále pak rozhoduje alespoň prostou většinou všech hlasů přítomných společníků.

Valná hromada je svolávána jednatelem minimálně jedenkrát za rok. O svolání mohou také požádat společníci a to pouze tehdy, dosahují-li nebo převyšují-li jejich vklady 10 % základního kapitálu.

b) Jednatelé

Statutární orgánem společnosti může být jeden či více jednatelů, kdy každý z nich má právo jednat samostatně jménem společnosti, ovšem k obchodnímu vedení společnosti potřebuje souhlas většiny jednatelů. Jednatele jmenuje valná hromada, která se může skládat ze společníků, ale také z jiných fyzických osob.

Omezení práv jednatelů a další podrobnosti lze upravit ve společenské smlouvě. Pro jednatele platí zákaz konkurence.

c) Dozorčí rada

U této společnosti není orgán dozorčí rady povinný a to z toho důvodu, že u menších firem mohou dozorčí (kontrolní) činnost zastávat i samotní společníci. Proto je především na společnosti zda rozhodne o jejím vzniku a ustanoví ji prostřednictvím společenské smlouvy.

Dozorčí radu mohou tvořit minimálně tři členové (pro které platí přísný zákaz konkurence), kteří jsou voleni valnou hromadou, které se pak později mohou účastnit. Členem rady se podle zákona nesmí stát žádný z jednatelů společnosti.

Hlavní činností, jak můžeme odhadnout z jejího názvu, je dohled nad činností jednatelů, kontrola obchodních a účetních knih a jiných dokladů, kontrola účetní závěrky, přezkoumání návrhu na rozdělení zisku či úhrady ztráty.

Zrušení a likvidace společnosti

Společnost může být zrušena z různých důvodů uvedených v § 68 obchodního zákoníku, rozhodnutím soudu a z důvodů stanovených ve společenské smlouvě.

Není-li rozhodovací právo o zrušení společnosti svěřeno valné hromadě, tak se společnost ruší písemnou dohodou všech společníků. Dohodu všichni zpečetí notářským zápisem. Dojde-li ke zrušení společnosti s likvidací, pak mají všichni společníci nárok na poměrnou část likvidačního zůstatku určenou výší jejich obchodního podílu.

1.2.1.4 Akciová společnost (označení a. s. nebo akc. spol.)

Akciová společnost je druhou nejoblíbenější kapitálovou společností v České republice. Přitom je tento typ určitě starší než společnost s ručením omezeným.

Specifikem této společnosti je především poměrové rozložení kapitálu na jednotlivé akcie o jmenovité hodnotě a to že společnost ručí za své závazky veškerým svým majetkem a společníci (akcionáři) za závazky společnosti neručí.

Založení a vznik akciové společnosti

Tento druh obchodní společnosti může být založen buď jedním, nebo více zakladateli. Zakladatelem může být jak právnická osoba nebo tak dvě a více fyzické osoby.

Zákon rozlišuje dva druhy založení akciové společnosti a to na založení bez veřejné nabídky akcií a s veřejnou nabídkou akcií.

V případě založení společnosti bez veřejné nabídky, tedy při splacení celého základního kapitálu, není nutné svolávat ustanovující valnou hromadu a peněžní vklady je nutné poslat na zvláštní účet u banky.

Pokud se společnost dohodne, že bude jejich společnost založena s veřejnou nabídkou akcií (nemá dostatek kapitálu), tak zveřejní výzvu k upisování akcií. Při upisování akcií je společnost povinna připravit k nahlédnutí návrh stanov společnosti a listinu upisovatelů. Upisovatel je ze zákona povinen při upisování splatit minimálně 10 % z celkové jmenovité hodnoty svých akcií a alespoň 30 % jmenovité hodnoty upsaných akcií nejpozději do dne konání ustanovující valné hromady. Ta se musí konat do 60 dnů od skončení upisování. Ustanovující valná hromada rozhodne o založení společnosti, schválí stanovy a zvolí členy představenstva a dozorčí rady. Do doby než je společnost zapsána do obchodního rejstříku vydává písemné potvrzení o úplném či částečném splacení vkladu. Po zapsání společnosti je vyměněno buď za zatímní listy (v případě částečného splacení vkladu) nebo rovnou za akcie, pokud byl jejich emisní kurs splacen úplně.

Základní kapitál

Výše základního kapitálu se především odvíjí od formy nabídky akcií. V případě veřejné nabídky akcií musí základní kapitál tvořit minimálně 20 000 000 Kč. Pokud se jedná o akcie bez veřejné nabídky, tak musí společnost vytvořit základní kapitál ve výši alespoň 2 000 000 Kč.

Práva a povinnosti akcionářů

Práva a povinnosti společníků (akcionářů) jsou stanovena v zakladatelské smlouvě popřípadě v zakladatelské listině, zakládá-li společnost pouze jeden zakladatel.

Akcionář má právo na podíl na zisku, neboli dividendu, který schválila valná hromada na základně aktuálního hospodářského výsledku. Pokud není ve stanovách uvedeno jinak, tak se podíl na zisku určuje poměrem jmenovité hodnoty akcií akcionáře k jmenovité hodnotě akcií ostatních akcionářů. Podíl na zisku členů představenstva a dozorčí rady neboli tantiémy, schvaluje také valná hromada na základě aktuálního zisku.

Akcie, forma a převoditelnost akcií

Akcie, kterými disponují všichni akcionáři, je cenným papírem, které opravňují akcionáře podílet se či zasahovat do řízení společnosti, mají nárok na podíl ze zisku a na případném likvidačním zůstatku společnosti. Mohou mít listinnou či zaknihovanou podobu, kdy akcie musí obsahovat název firmy a sídlo společnosti, její jmenovitou hodnotu, označení formy akcie, to znamená, zda na jméno společnosti či na jméno společníka, celkovou výši základního kapitálu, počet akcií k datu emise akcie, datum emise (vydání akcie), dále pak v případě listinné akcie číselné označení, podpis člena (-ů) představenstva. V případě zaknihované podoby akcie pak číselné označení a to pouze v případech daných zákonem.

Pokud společnost vydala více druhů akcií, tak je ze zákona povinna na nich uvádět její druh, u listinných akcií určení práv, které s sebou nesou a jsou uvedeny ve stanovách společnosti. V případě vydání kmenových akcií (bez zvláštních práv) nemusí být druh uveden.

Emitovala-li akciová společnost akcie na jméno, tak je povinna vést seznam všech akcionářů. Do seznamu se zapisuje označení druhu a formy akcie, její jmenovitá hodnota, firma nebo název právnické osoby či jméno a bydliště fyzické osoby, která je majitelem emitované akcie, číselné označení. Právo nakládat s akcií vedenou v tomto seznamu pouze akcionář vedený jako majitel této akcie.

Akcie jsou převoditelné na jméno, ovšem stanovy mohou tuto převoditelnost omezit. Listinná akcie na jméno je převoditelná prostřednictvím rubopisu, předáním a následnou změnou v seznamu akcionářů. Co se týče akcie na majitele, tak je převoditelná neomezeně. K tomuto účelu poslouží písemné prohlášení od uložitele (uschovatele). V případě

zaknihovaných akcií na majitele, tak práva s ní spojená uplatňuje osoba vedená v evidenci zaknihovaných cenných papírů.

Další podrobnosti k převodu akcií jsou uvedeny v § 156 obchodního zákoníku.

Orgány akciové společnosti

a) Valná hromada

Valná hromada je nejvyšším orgánem společnosti. Akcionáři se jí mohou účastnit osobně či v zastoupení a to na základě písemného zmocnění. Musí být svolána nejméně jednou ročně a svolává ji představenstvo společnosti popřípadě jeho člen. Je schopna se usnášet, pokud jsou přítomni akcionáři, kteří mají akcie ve jmenovité hodnotě alespoň 30 % základního kapitálu, a rozhoduje většinou hlasů akcionářů, kteří jsou přítomni.

Pokud není valná hromada schopna se usnášet, tak je představenstvo oprávněno svolat valnou hromadu na náhradní termín. Nová valná hromada se ale musí konat nejpozději do šesti týdnů od svolání hromady původní.

Valná hromada rozhoduje o změně stanov, o zvýšení či snížení základního kapitálu, volí a odvolává členy dozorčí rady, členy představenstva, schvaluje řádnou či mimořádnou závěrku, rozhoduje o odměňování členů představenstva a dozorčí rady, o zrušení společnosti, schvaluje smlouvy.

b) Představenstvo

Je statutárním orgánem společnosti, který jedná jejím jménem a zabezpečuje její obchodní vedení (včetně účetnictví, kdy řádnou či mimořádnou uzávěrku předkládají ke schválení valné hromadě). Představenstvo má minimálně tři členy, pokud tedy nemá společnost pouze jednoho akcionáře, kteří jsou voleni valnou hromadou na maximálně pěti-leté funkční období. Stanovy mohou také určit, že členy představenstva volí či odvolává dozorčí rada.

Členem představenstva může být pouze bezúhonná fyzická osoba dle požadavků živnostenského zákona. Pro členy představenstva platí přísný zákaz konkurence. Členové představenstva mají také právo volit svého předsedu. Rozhoduje většinou hlasů určenou stanovami, nebo většinou hlasů svých členů. Každý člen má k dispozici pouze jeden hlas.

Odměny, které dostávají členové představenstva, se nazývají tantiémy. Jejich výše je uvedena po zdanění.

c) Dozorčí rada

Dozorčí rada vykonává dohled nad činností společnosti a působností představenstva. Zřízení dozorčí rady je, na rozdíl od společnosti s ručením omezením, povinné.

Stěžejním právem členů rady je právo nahlížet do všech dokladů a záznamů, kontrola účetních zápisů včetně schválení řádné či mimořádné závěrky, kontrola, zda podnikatelská činnost se uskutečňuje v souladu s právními předpisy.

Rada musí mít, tak jako představenstvo, minimálně tři členy nebo počet členů, který je dělitelný třemi. Členy volí valná hromada, ovšem v případě že akciová společnost má více jak 50 zaměstnanců v hlavním pracovním poměru, volí jednu třetinu členů zaměstnanci. Členové mohou být voleni maximálně na pět let a musí opět splňovat podmínky bezúhonnosti uvedené v živnostenském zákoně. Výjimku tvoří první funkční období, kdy členové dozorčí rady mohou být ze zákona ve funkci pouze jeden rok od vzniku společnosti.

Co je velmi důležité, že člen dozorčí rady nesmí být zároveň členem představenstva.

Odměnou člena dozorčí rady je jako u členů představenstva tantiém.

Tvorba rezervního fondu

Akciová společnost je ze zákona povinna, stejně jako společnost s ručením omezeným, vytvořit rezervní fond a to z prvního čistého zisku vypočteného z účetní závěrky a pak podle výše jejího splacení, z čistého zisku dalších let. V tomto případě je fond tvořen v prvním roce nejméně 20 % z čistého zisku, ale ne více jak 10 % z celkové výše základního kapitálu. V následujících letech se doplňuje o částku určenou stanovami a to minimálně o 5 % z čistého zisku až do vytvoření celého rezervního fondu určeného ve stanovách, který musí ale v konečné výši činit alespoň 20 % z vloženého základního kapitálu.

O použití rezervního fondu rozhoduje představenstvo, pokud stanovy nebo zákon neurčili jinak.

Zrušení a likvidace společnosti

Společnost může být zrušena z různých důvodů uvedených v § 68 obchodního zákoníku.

Akciová společnost si svého likvidátora volí a odvolává prostřednictvím valné hromady, pokud zákon nestanoví jinak. Oprávnění akcionáři (§ 181 odst. 1 obchodního zákoníku) mohou po uvedení důvodů požádat soud o stanovení nového likvidátora, než byl jmenován valnou hromadou.

Dojde-li ke zrušení společnosti s likvidací, pak mají všichni akcionáři nárok na poměrnou část likvidačního zůstatku určenou dle poměru jmenovitých hodnot jejich akcií. V případě, že likvidační zůstatek nestačí na pokrytí úhrady jmenovité hodnoty akcií, dělí se na část připadající vlastníkům prioritních akcií a ostatním vlastníkům akcií dle stanov.

1.3 Družstvo

Další možnost jak je možné v České republice podnikat či sdružovat nabízí družstvo. Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob, založené za účelem podnikání či jiným účelem. Jiným účelem má zákon na mysli například bytová, zemědělská, výrobní či obchodní družstva. Za porušení svých závazků ručí celým svým majetkem. Členové družstva za závazky družstva neručí. Ovšem je možné ve stanovách určit uhrazovací povinnost některým nebo všem členům družstva a to za účelem krytí ztrát. Uhrazovací povinnost pro členy družstva je limitována trojnásobkem jejich vkladu.

1.3.1 Založení a vznik družstva

Družstvo je právnickou osobou, a aby mohlo být založeno, musí mít nejméně pět členů nebo nejméně dvě právnické osoby. K založení družstva je zapotřebí konání ustavující členské schůze. Hlavními tématy schůze je výše základního kapitálu, schválení stanov a volba členů představenstva a kontrolní komise. Volí se a přijímá usnesení většinou přítomných.

Vznik družstva se datuje dnem zápisu do obchodního rejstříku, kdy před podáním návrhu musí být splacena minimálně polovina zapsaného základního kapitálu a musí být podepsán návrh stanov.

1.3.2 Základní kapitál

Základní kapitál družstva musí činit nejméně 50 000 Kč a je tvořen všemi vklady členů družstva, ke kterým se zavázali. Výše členského vkladu je určena stanovami pro všechny členy nerozdílně. Členství v družstvu vzniká až po splacení členského vkladu a je převoditelné, pokud tedy není ve stanovách uvedeno jinak.

1.3.3 Nedělitelný fond

Družstvo je ze zákona povinné si při vzniku zřídit nedělitelný fond. Jeho výše musí při vzniku družstva činit nejméně 10 % ze zapsaného základního kapitálu. Fond je postupně doplňován na základě každoroční závěrky a to nejméně o 10 % z čistého zisku až do té doby, kdy jeho výše dosáhne poloviny zapsaného základního kapitálu. Tento fond nesmí být rozdělen mezi členy za doby trvání družstva.

1.3.4 Rozdělení zisku

O podílu člena na zisku se jedná na členské schůzi, kde se projednává schválení řádné účetní závěrky. Pokud není ve stanovách uvedeno jinak, tak se podíl rozdělí mezi členy poměrem výše splaceného vkladu člena vůči splaceným vkladům ostatních členů.

1.3.5 Orgány družstva

Orgány družstva tvoří v první řadě členská schůze, představenstvo, kontrolní komise a popřípadě další orgány družstva. Orgán družstva může vykonávat pouze jeho člen. Pokud je orgánem právnická osoba vykonává práva a povinnosti člena orgánu její zmocněný zástupce (fyzická osoba). Funkční období členů orgánů družstva nesmí v prvním funkčním období přesáhnout tři roky a v následujících obdobích pět let.

1.3.5.1 Členská schůze

Členská schůze je nejvyšším orgánem družstva, který se schází minimálně jednou ročně. Může být také svolána v případě, že o to písemně požádá alespoň jedna třetina členů družstva, kontrolní komise. Členská schůze je oprávněna měnit stanovy, volit a odvolávat členy představenstva a kontrolní komise, schvalovat účetní závěrku, rozhodovat o rozdělení zisku či náhradě ztráty, o zvýšení či snížení základního kapitálu, o případném zrušení družstva, o uzavření smluv. Při hlasování má každý člen družstva pouze jeden hlas není-li ve stanovách uvedeno jinak.

1.3.5.2 Představenstvo

Představenstvo zastává statutární orgán družstva, řídí jeho činnost, rozhoduje o záležitostech družstva a plní všechna usnesení, která zazněla na členské schůzi. Svou činností se zodpovídá členské schůzi. Členové představenstva si volí svého předsedu a místopřed-

sedu, kteří za celé představenstvo vystupují a jednají. Představenstvo se může scházet kdykoliv podle potřeby.

1.3.5.3 Kontrolní komise

Kontrolní komise je orgánem oprávněným kontrolovat činnost družstva. Svou činností odpovídá pouze členské schůzi, jinak je na ostatních orgánech nezávislá. Komisi musí tvořit nejméně tři členové. Kontroluje a vyjadřuje se k účetní závěrce, k rozdělení zisku a na případné nedostatky upozorňuje představenstvo a požaduje co nejrychlejší nápravu.

Komise si volí svého předsedu a místopředsedu, ovšem pouze v případech, jestliže je to nutné. Komise je povinna se scházet alespoň jednou za tři měsíce.

1.3.6 Zákaz konkurence

Zákaz konkurence platí pro členy představenstva, kontrolní komise, prokuristy a ředitele družstva. Ve stanovách může být uveden případný rozsah zákazu konkurence.

1.3.7 Zrušení a likvidace družstva

Družstvo může být zrušeno z důvodu usnesení členské schůze, rozhodnutím soudu, uplynutím doby nebo účelu, na které bylo družstvo zřízeno (§ 254, odst. 2, zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník). Po zrušení, pokud zákon neuvádí něco jiného, vstupuje družstvo do likvidace. Likvidátora volí členská schůze, pokud není ve stanovách uvedeno jinak. Návrh na rozdělení likvidačního zůstatku se předkládá členské schůzi na projednání dále je pak likvidační zůstatek rozdělen mezi členy dle způsobu uvedeného ve stanovách.

2 MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY

2.1 Základní pojmy

Podnikem je dle obchodního zákoníku soubor hmotných, osobních a nehmotných složek podnikání, které lze v ekonomice nazvat jako výrobní faktory nebo také jako vstupy. Kombinací těchto výrobních faktorů dochází k produkci podnikových výstupů. [2]

S pojmem podnik také úzce souvisí pojem podnikání a podnikatel. Obchodní zákoník je definuje takto: **podnikáním** je soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku (§ 2 odst. 1).

Podnikatelem je osoba, právnická či fyzická, která je zapsaná v obchodním rejstříku, podniká na základě živnostenského oprávnění nebo na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů nebo je podnikatelem osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu (§ 2 odst. 2 obchodního zákoníku).

2.2 Malé a střední podniky a jejich význam

Malé a střední podniky (dále jen zkratka MSP) hrají nezastupitelnou úlohu podnikatelské sféry v České republice (99,84 %) a to hlavně v oblasti tvorby nových pracovních příležitostí a inovací. Podle Evropské unie tvoří MSP páteř evropské ekonomiky, zaměstnanosti a sociální integrace. MSP mají významný dopad na celkový vývoj České republiky a jednotlivých regionů. [16]

2.2.1 Definice malých a středních podniků

Malé a střední podniky patří do kategorie podniků s nízkým počtem zaměstnanců. Pro jejich definici používají jednotlivé státy však různá kritéria. Definice podle Evropské unie zní (dle Nařízení Komise (ES) č. 800/2008, v České republice (dále jen zkratka ČR) zákon č. 47/2002 Sb.):

1. Za drobného podnikatele se považuje subjekt, pokud:

- a) zaměstnává méně než 10 zaměstnanců
- b) a jeho aktiva/majetek nebo obrat/příjmy nepřesahují korunový ekvivalent 2 mil. EUR.

2. Za malého podnikatele se považuje subjekt, pokud:

- a) zaměstnává méně než 50 zaměstnanců
- b) a jeho aktiva/majetek, nebo obrat/příjmy nepřesahují korunový ekvivalent 10 mil. EUR.

3. Za středního podnikatele se považuje subjekt, pokud:

- a) zaměstnává méně než 250 zaměstnanců
- b) a jeho aktiva/majetek nepřesahují korunový ekvivalent částky 43 mil. EUR nebo má obrat/příjmy nepřesahující korunový ekvivalent 50 mil. EUR

Zmíněné údaje o počtu zaměstnanců a o hodnotě aktiv/majetku či o výši obratu/příjmů zjišťují podnikatelé, kteří vedou účetnictví z účetní závěrky za bezprostředně předcházející období a u podnikatelů vedoucích daňovou evidenci, získávají tyto údaje v přiznání k dani z příjmu podaném v bezprostředně předcházejícím zdaňovacím období. [15]

2.2.2 Výhody a nevýhody malých a středních podniků

Výhody MSP se dají definovat z různých pohledů, ale co si společnost neuvědomuje, je to, že přinášejí kreativním lidem nezastupitelnou možnost osobní realizace a sebevzdělávání. Lidé, kteří se pouští do takového podnikání, postupem času objevují své skryté možnosti, snaží se a učí se v konkurenčním prostředí přežít a to i za cenu svých omylů a ztrát. Malé a střední podniky vytvářejí čistější konkurenční prostředí než je zvykem u velkých firem. Bývají mnohem spjatější s regionem a jsou, dá se říct, neustále pod kontrolou veřejnosti. [11]

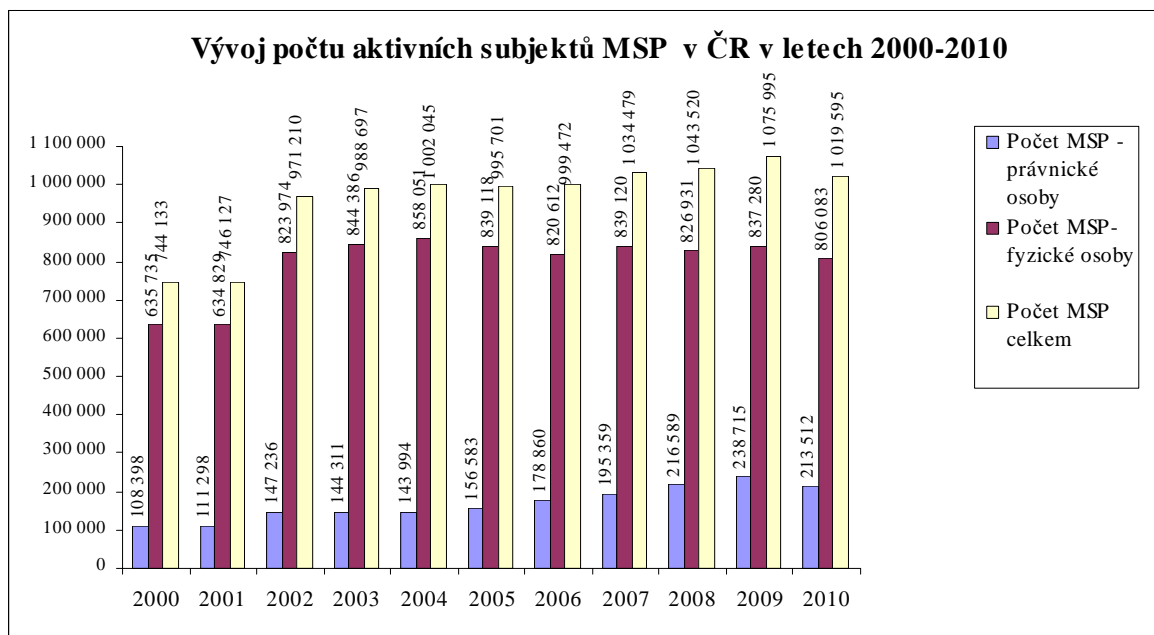
Z ekonomického hlediska by se dalo mluvit o výhodách spojených s flexibilitou k měnícím se skutečnostem na trhu. Působí jako vyrovnávací protipól vzhledem trendu nastupování velkých tuzemských či zahraničních firem. Malé a střední podniky jsou důležitými nositeli drobných inovací, adaptací na proměnlivé potřeby spotřebitelů. Navíc se mohou ujmout okrajových částí trhu, které nejsou pro velké firmy zajímavé. [11]

Dalšími důležitými výhodami jsou jednoduchá organizační a řídicí struktura, osobní kontakt ve firmě i se samotnými zákazníky, ztráta pracovní anonymity a s tím spojené vyšší pracovní nasazení či existence specifického okruhu zákazníků. [11]

Přestože byl v posledních letech zaznamenán velký vzestup počtu MSP, mají a zřejmě budou mít i v budoucnosti určitá omezení, spojená s jejich postavením na trhu. Mezi tyto **nevýhody a omezení** patří obtížný přístup ke kapitálu, menší ekonomická síla, slabší postavení ve veřejných soutěžích o státní zakázky, absence modernější techniky. Také si nemohou dovolit zaměstnávat špičkovou pracovní sílu či zavádět nové moderní technologie. Další omezení vyplývají z konkurence větších firem v oblasti vyšší cen. Malé a střední podniky nemohou nabízet, tak nízké ceny jako si je mohou dovolit nabídnout velké firmy. Dále se mohou potýkat se špatnou orientací v právních a daňových předpisech. [11]

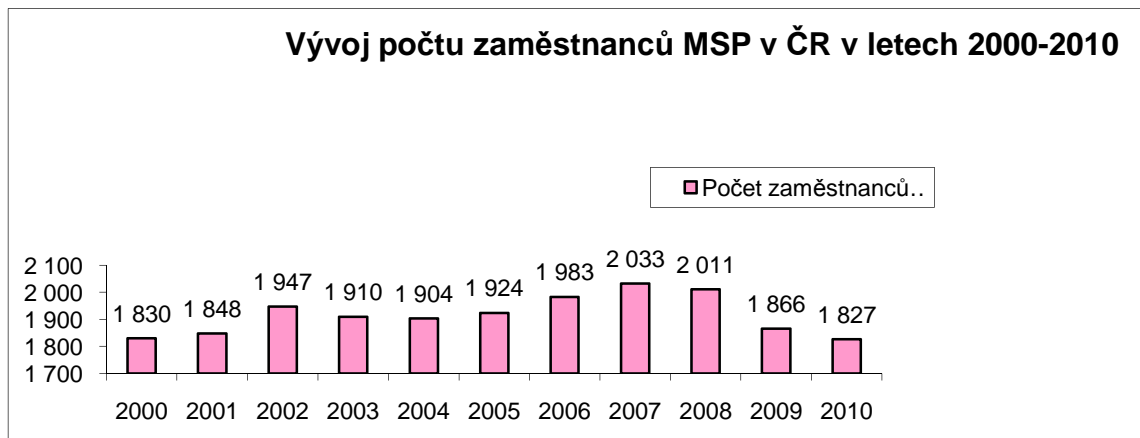
2.2.3 Vývoj malých a středních podniků v ČR

Obrázek 1 Graf vývoje počtu aktivních subjektů MSP v ČR v letech 2000 – 2010



Zdroj: Český statistický úřad (dále jen ČSÚ)

Obrázek 2 Graf vývoje počtu zaměstnanců MSP v ČR v letech 2000 - 2010



Zdroj: ČSÚ

Podle údajů Českého statistického úřadu a ministerstva průmyslu a obchodu vykonávalo podnikatelskou činnost k 31. 12. 2010 v České republice celkem 1 021 280 právnických a fyzických osob, z nichž tvořilo 1 019 595 MSP. Jedná se tedy z hlediska vývoje mezi roky 2009 a 2010 o pokles 5,4 %. U právnických osob spadajících mezi malé a střední podniky došlo k poklesu o 25 203 subjektů tj. o 10,56 % a u fyzických osob šlo o pokles o 31 197 subjektů (o 3,73 %) na celkových 806 083 podnikajících fyzických osob. [16]

Celkový počet zaměstnanců malých a středních podniků se v roce 2010 snížil oproti roku 2009 o 39 tisíc, dále jen zkratka tis., (tedy o 2,09 %) na celkových 1 827 tis. zaměstnanců. Podíl zaměstnanců malých a středních podniků na celkovém počtu zaměstnanců podnikatelské sféry v ČR se i přesto v roce 2010 zvýšil o 0,06 procentního bodu a činil tak 60,88 %. Ministerstvo práce a sociálních věcí vynaložilo na politiku zaměstnanosti v roce 2010 6,172 miliard (dále jen zkratka mld.) Kč, z toho zhruba 481 mil. Kč v rámci investičních pobídek a 5,665 mld. Kč prostřednictvím aktivní politiky zaměstnanosti realizované úřadem práce. [16]

Kdybychom měli shrnout celkový vývoj malých a středních podniků v České republice za poslední dvě desetiletí, tak dochází k jejich neustálému zvyšování a současnému posílení jejich vlivu na ekonomickou situaci jak České republiky, Evropy tak celého světa.

3 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Podnikatelský plán představuje z hlediska podniku velice důležitý základní dokument, který nám může napomoci definovat cíle podnikatelské činnosti a možné způsoby jejich dosažení. Dokáže nám velmi dobře posloužit jak při plánování založení podniku tak i v následujících letech jeho působnosti. Popisuje všechny důležité vnější a vnitřní faktory spojené s plánováním založením a rozběhem nového podniku a také může posloužit jako důležitý nástroj při řízení podniku v období růstu či jako písemný podklad k žádosti o získání zdrojů pro financování. [5]

Podnikatelský plán zvyšuje pravděpodobnost, že se naše cíle, kterých chceme v rámci podniku dosáhnout, stanou skutečností.

3.1 Charakteristika a účel podnikatelského plánu

Důvodů proč bychom měli zpracovat svůj podnikatelský plán, může být několik. Mohou nám například chybět k jeho realizaci finance, hledáme vhodného společníka, nebo chceme informovat obchodní partnery. [8]

Aby měl podnikatelský plán vypovídající hodnotu o svých cílech, finančních plánech, celkové představě o budoucnosti podniku musí být realistický, srozumitelný, stručný, logický, pravdivý a respektující rizika. Jen tak může zaujmout svého čtenáře (banku, investory) a přimět ho pečlivě si podnikatelský plán prostudovat a zvážit svoji účast na jeho realizaci. [11]

3.2 Rozsah podnikatelského plánu

Rozsah podnikatelského plánu závisí především na velikosti firmy, volbě druhu právní formy a účelu, pro který je určen. Rozdíly mezi rozsahem a propracovaností podnikatelského plánu také může záviset na tom, zda se podnik bude zabývat či zabývá výrobou či poskytováním služeb zákazníkům nebo také zda podnikatelský plán slouží pouze pro interní nebo i externí účely. [11]

3.3 Struktura podnikatelského plánu

Struktura podnikatelského plánu není nikde přesně definována. Záleží především na potřebách každého podnikatele/podniku, investora či banky, jimž podnikatelský plán předkládáme, co považují za důležité či stěžejní. Přesto v literatuře můžeme nalézt určitá

doporučení týkající se rozsahu, náležitostí a bodů, které by měl takovýto plán obsahovat. [8]

3.3.1 Obsah

Může se zdát, že zařazení obsahu podnikatelského plánu je samozřejmostí, ale často se stává, že je zpracovatelé zapomínají zařadit. To může ztížit jeho prohlížení a zhoršit celkový dojem plánu. [8]

3.3.2 Titulní strana

Titulní strana podává základní údaje o podniku a jeho obsahu podnikání. Obvykle jsou na ní uvedeny tyto údaje:

- obchodní název a logo firmy,
- jména podnikatelů a spojení na ně,
- datum založení podniku,
- druh a povaha podnikání,
- způsob financování projektu,
- popřípadě prohlášení o důvěrnosti tohoto dokumentu. [5]

3.3.3 Popis podniku a jeho cílů do budoucna

V této části dokumentu by měli být čtenáři seznámeni s důvody a motivací k založení podniku, s vizí do budoucna a u již existujícího podniku i s jeho historií. U firem s již existující historií se zpravidla uvádějí příklady úspěšně realizovaných projektů, prezentují se nové produkty, které by v nejbližší době chtěla uvést na trh. Dále může taková to firma uvést, k jakým změnám došlo v posledních letech (přísun kapitálu, zvýšení poptávky po produktech firmy, získání významného investora). Přílohou této části mohou být kopie smluv s významnými odběrateli a investory, účetní výkazy jako je rozvaha, výkaz zisku a ztrát, cash flow a další dokumenty vypovídající o stavu a vývoji podniku. [11]

U zcela nového podniku by měla být ještě zdůrazněna lokalita (umístění) podniku, velikost podniku, jaké výrobky a služby má v plánu produkovat. Měla by být předložena analýza konkurence a důvody pravděpodobného úspěchu podniku na trhu, struktura personálního zastoupení, jejich kvalifikace a zkušenosti. [5]

3.3.4 Popis produktů a jejich technicko-technologické zajištění

V této části jsou stručně představeny výrobky a služby, které má podnik v úmyslu realizovat. Součástí tohoto popisu je krátké nastínění výrobního procesu či způsobu poskytování služeb. Stručnost a srozumitelnost je velice důležitá, jelikož podrobnostmi bychom mohli posuzovatele plánu spíše odradit. Vhodné je, pro tyto účely, používat přehledné tabulky a grafy. [11]

3.3.5 Marketingový plán

Marketing a marketingový plán mají významný vliv na celkový budoucí vývoj firmy. Z tohoto důvodu je velmi důležité správné určení pozice nabízeného produktu na trhu vzhledem k ostatním produktům konkurence. Dále následuje volba vhodné koncepce marketingového mixu, která klíčovým způsobem rozhodne o úspěšnosti podniku. [8]

Nejnámějším marketingovým mixem je kombinace čtyř nástrojů tzn. 4P. Mezi tyto nástroje řadíme:

- výrobek (product),
- cena (price),
- distribuce (place),
- propagace (promotion).

3.3.5.1 *Produkt*

Volba produktu tvoří podstatu nabídky podniku a jeho umístění na trhu. Marketingová koncepce především řeší:

- které výrobky budeme nabízet,
- jaké budou mít výrobky vlastnosti, design, značku, balení, u služeb způsob poskytování,
- v jakém množství je budeme dodávat na trh,
- jaké zvolíme doprovodné služby,
- jaký bude jejich životní cyklus.

3.3.5.2 *Cena*

Nejzákladnějším cílem podniku je zisk a právě cenotvorba je jedním z nejdůležitějších nástrojů, jak tohoto cíle dosáhnout.

Tvorbu ceny ovlivňuje řada faktorů. Nejvýznamnějšími z nich jsou především náklady na produkci, výše poptávky, cenová politika konkurence nebo také v některých případech regulační opatření. Ovšem v konečném důsledku opravdu záleží jen na podniku, jakou cenovou politiku má podnik v úmyslu použít, jestli zaměřenou pouze na přežití nebo na maximalizaci zisku či získání co největšího podílu na trhu. [8]

3.3.5.3 *Distribuce*

V této části podnikatelského plánu by měl být popsán způsob dopravení nabízeného výrobku či služby zákazníkovi. Pro podnikatele se v této oblasti otevírá řada otázek, jako jsou například: Budeme si celou oblast prodeje zajišťovat sami nebo zvolíme prostředníka, externí firmu? V případě vlastního zajištění, kolik budeme potřebovat pracovníků a s jakou kvalifikací a zkušenostmi? Kolik bude třeba zakázek, aby se nám tyto transakce vyplatily? V konečné fázi volby způsobu distribuce si firma sestaví finanční srovnání variant, vyhodnocení kvality a úrovně uspokojení potřeb konečného zákazníka a míru naplnění stanovených cílů podniku. [8]

3.3.5.4 *Propagace*

Propagace má své nezastupitelné místo v podniku, jelikož pomocí jejích nástrojů, jako je reklama, osobní prodej, přímý marketing a vztah s veřejností se snažíme naplňovat ekonomické cíle podniku. Přestože může mít firma velmi zajímavý a chtěný produkt, vhodně zvolenou výši ceny a kvalitní distribuční cesty, ovšem bez informování veřejnosti o existenci produktu, bychom jen velmi těžko dosáhli maximalizace vytyčených cílů.

3.3.6 **Analýza konkurence a trhu**

Prakticky téměř každá firma má své konkurenty, kterým ať bude chtít nebo ne, bude muset v budoucnu čelit. Z tohoto důvodu je velmi důležité před zahájením podnikání provést důkladnou analýzu konkurence. Firma by se měla zaměřit na analýzu postavení jednotlivých konkurentů na trhu, na jejich cenovou strategii, produktovou nabídku a především na to, do jaké míry by je mohla ohrozit. Z výsledků by si mohla, kromě negativních

skutečností pro podnik, připravit svou vlastní strategii a vyvarovat se některým chybám, kterým se dopustily konkurenční firmy. [1]

Dále by se měla firma zaměřit na průzkum trhu v nejbližším okolí. K tomuto účelu se využívá řada zdrojů, které se, dělí na primární a sekundární. Do oblasti primárních patří především informace získané od dodavatelů, investorů, zákazníků, z různých propagačních akcí či z vlastního průzkumu trhu pomocí různých anket nebo dotazníků. Do sekundárních zdrojů můžeme zařadit informace získané ze statických ročenek, obchodních záznamů, novinových rubrik a v neposlední řadě z internetu. [14]

3.3.7 SWOT analýza

SWOT analýza je druhem metody, pomocí níž je možné identifikovat silné (**Strengths**), slabé (**Weaknesses**) stránky, příležitosti (**Opportunities**) a hrozby (**Threats**) podniku. [1]

Tato analýza zkoumá vzájemné vztahy výsledků vnitřní (silných a slabých stránek) a vnější (příležitosti a hrozby) analýzy. Aby analýza splnila své očekávání, měla by obsahovat pouze ty nejvýznamnější body. [8] Velkou nevýhodou této analýzy může být vliv subjektivního pohledu, každého podnikatele (zpracovatele analýzy). [7]

Nejdůležitějším důvodem sestavení analýzy je nutnost jednotlivé stránky, příležitosti a hrozby předpovídat, rozpoznat a vzápětí se jich vyvarovat či jich využít ve svůj prospěch. [7]

Tabulka 1 SWOT analýza

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
seznam silných stránek . . .	seznam slabých stránek . . .
Příležitosti (O)	Hrozby (T)
seznam příležitostí . . .	seznam hrozeb . . .

Zdroj: Srbová Jitka, *Podnikatelský plán a strategie*, 2011 [8]

Mezi silné stránky můžeme řadit např. kvalifikovanou pracovní sílu, vhodnou lokalitu, kvalitní servis nebo třeba dostatek kapitálu. Slabými stránkami jsou například nedostatečná kvalifikace personálu, malé zkušenosti s podnikáním či nevhodně zvolená cenová politika. Analýza příležitostí a hrozeb se zase soustředí přímo na okolí podniku. Snaží se nalézt možné příležitosti, kterých by se dalo využít a vytěžit z nich. Naopak analýzou rizik může upozornit na důležité nástrahy, které by mohli podnik ohrozit. [8]

3.3.8 Dodavatelské zajištění projektu

Volba dodavatelů je pro zabezpečení realizace projektu velmi důležitá. Špatný výběr dodavatelů může vývoj podniku na velmi dlouhou dobu ovlivnit. Z tohoto důvodu by se měl každý zpracovatel podnikatelského plánu zamyslet nad její strukturou, kvalitou a spolehlivostí, tak aby předešel zbytečným komplikacím.

3.3.9 Finanční plán

Podstatou finančního plánu je přetransformování předchozí části podnikatelského do číselné podoby a prokazuje tak reálnost podnikatelského plánu. Finanční analýza převážně stojí na výkazu zisku a ztrát, rozvaze či výkazu o peněžních tocích (cash flow). Prognóza by měla být sestavována přibližně na 3-5 let. [5]

3.3.9.1 Plánování nákladů

Náklady pro společnost znamenají výši potřeby finančních prostředků nutných pro začátek podnikání a její další chod. Všechny tyto prostředky by měly být vynaloženy účelně a při dodržení ekonomicko-hospodárných opatření.

Důvodem proč je tak důležité vypracování tohoto plánu nákladů, včetně jeho podrobné struktury, je získání přehledu celkových potřeb nákladů, bez kterých by podnik nemohl fungovat. [8]

Náklady se dělí například na přímé a nepřímé. Přímé náklady jsou ty, které je možné konkrétně přiřadit k určité aktivitě projektu. Nepřímé jsou ty, které naopak nelze přímo přiřadit k určité aktivitě či produktu. Patří mezi ně například náklady na administraci projektu.

3.3.9.2 *Plánování výnosů*

Výnosy jsou výsledky podnikání vyjádřené v penězích za určité období. Proto plánování výnosů je velmi důležité z hlediska prognózy výsledků hospodaření v dalších letech. Při prognóze se vychází z předpokládaného odbytu produkce v dalších letech a marže (provize) určené pro jednotlivé produkty. [8]

3.3.9.3 *Plánování rozvahy*

Plánovaná rozvaha zobrazuje předpokládaný vývoj jednotlivých položek majetku, jeho plánů obnovy, a zdrojů financování společnosti. Do podnikatelského plánu může být zařazena počáteční rozvaha, rozvaha za první pololetí činnosti podniku a pak také na každý následující rok. [8]

Rozvaha je velmi důležitým odrazovým můstkem pro propočty finanční analýzy stavu podniku.

3.3.9.4 *Plánování výkazu zisků a ztrát*

Plán výkazu zisků a ztrát vyčísluje předpokládané výnosy a náklady spojené s činností podniku. Výpočtem rozdílu výnosů a nákladů je získán plánovaný výsledek hospodaření, ze kterého se dále vypočítává předpokládaná daň z příjmu. Tak jako všechny výkazy by měl být i tento plán sestavován nejméně na tři roky dopředu. [8]

3.3.9.5 *Plánování Cash Flow*

Plán peněžních toků specifikuje průběh vývoje příjmů a výdajů peněžních prostředků v jednotlivých letech spojených s činností podniku. Při počáteční fázi sestavování výkazu cash flow by se mělo vycházet z počátečního stavu finančních prostředků na běžném účtu společnosti, ze stavu kapitálové náročnosti (předpokládaných výdajů) a prognózy objemu inkasování příjmů z vykázaných výnosů ve výkazu zisků a ztrát. Dále by se měly zařadit předpokládané daně z příjmů z předpokládaných výsledků hospodaření dalších let.

3.3.9.6 *Hodnocení výnosnosti*

Výnosnost podniku lze měřit hned několika poměrovými ukazateli. Mezi ně je možné zařadit: [6]

ROA (rentabilita aktiv) – ukazatel výnosnosti celkových aktiv

$$= (\text{čistý zisk/celková aktiva}) * 100 = v \%$$

Ukazatel ROA poměřuje zisk s celkovými aktivy vložených do podnikání. Výsledkem výpočtu je míra výnosnosti v procentech, tzn. kolik procent čistého zisku, přinese celkový stav aktiv.

ROE (rentabilita vlastního kapitálu) – ukazatel výnosnosti vloženého vlastního kapitálu

$$= (\text{čistý zisk/vlastní vložený kapitál}) * 100 = v \%$$

Ukazatel ROE porovnává zisk s celkovým vloženým vlastním kapitálem. Výsledkem tohoto výpočtu je míra výnosnosti vyjádřená v procentech, tzn. kolik procent čistého zisku, připadá na celkový vložený vlastní kapitál.

ROS (rentabilita tržeb) – ukazatel výnosnosti tržeb

$$= (\text{čistý zisk/tržby}) * 100 = v \%$$

Ukazatel ROS pro změnu porovnává čistý zisk s tržbami. Výsledkem tohoto výpočtu je míra čistého zisku, který je získán z celkových tržeb.

Rentabilita nákladů - ukazatel nákladovosti tržeb = 1 - ROS

$$= 1 - (\text{čistý zisk/tržby}) = v \text{ Kč}$$

Ukazatel rentability nákladů vychází z ukazatele rentability tržeb. Poměřuje míru nákladů vynaložených na 1 Kč tržeb.

Vzhledem k tomu, že v řadě případů je plán předkládán osobám s ekonomickým vzděláním, je třeba dbát na jeho důkladnou propracovanost. Rizika chybného vyhodnocení dílčích částí finančního plánu jsou nesmírně vysoká. [12]

3.3.10 Shrnutí

Shrnutí podnikatelského plánu by nemělo být chápáno jako úvod. V této části by mělo být shrnuto vše, co bylo podrobněji popsáno v plánu. Jakým způsobem bude plán realizován, míra financování plánu, co je výsledkem analýzy trhu, finančního plánu a konečné vyjádření k celkové realizovatelnosti projektu.

3.3.11 Přílohy

Do úseku příloh by měly být zahrnuty všechny dokumenty, výkazy, tabulky, obrázky, grafy a ostatní materiály, které by se do hlavní části podnikatelského plánu nevešly nebo by zaujímaly příliš velké místo a plán by se tak stal nepřehledným.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 ANALÝZA TRHU

Dle informací z Českého statistického úřadu bylo k 31. 12. 2011 v registru ekonomických subjektů (dále jen zkratka RES) v Olomouckém kraji zaevidováno 138 970 ekonomických subjektů. Olomoucký kraj se tímto počtem subjektů podílel na celkovém počtu v České republice z 5,14 %. Oproti předcházejícímu roku došlo tedy ke zvýšení počtu subjektů v kraji o 2 741, což představuje nárůst o 2,0 %. Na tomto zvýšení se podílí například meziroční nárůst společností s ručením omezeným, sdružení či společenství vlastníků bytových jednotek. K nejvýraznějšímu nárůstu došlo na Olomoucku, kde došlo k meziročnímu nárůstu o 2,7 %. Dále pak k většímu nárůstu došlo v okrese Přerov. [13]

Strukturu ekonomických subjektů v Olomouckém kraji stále tvoří z největší části fyzické osoby, tj. 76,2 %. Oproti roku 2010 došlo tedy k nárůstu o 1,8 %. Právnícké osoby tvořili podíl ze všech subjektů v kraji 18,6 %. Meziroční nárůst tedy tvořil 3,0 %. Právnícké osoby jako každoročně nejvíce zastupovaly obchodní společnosti (45,4 %) z nichž 90,7 % tvořili společnosti s ručením omezeným. [13]

4.1 Počty jednotek v registru ekonomických subjektů podle územního členění a vybraných právních forem

Tabulka 2 Počty jednotek v RES dle územního členění a vybraných právních forem (stav k 31. 12. 2011)

Území	Registrované ekonomické subjekty celkem		z toho vybrané právní formy					
			soukromí podnikatelé		obchodní společnosti		družstva	státní podniky
	celkem	%	celkem	z toho zapsaní v obchodním rejstříku	celkem	z toho akciové společnosti		
Hlavní město Praha	529 377	19,58	289 445	4 307	147 835	11 710	6 141	90
Středočeský kraj	317 598	11,75	240 341	2 384	29 702	1 457	1 026	33
Jihočeský kraj	158 543	5,86	117 802	556	14 352	786	679	10
Plzeňský kraj	147 419	5,45	103 747	749	14 056	702	470	6
Karlovarský kraj	83 396	3,08	58 867	544	8 913	301	149	10
Ústecký kraj	178 718	6,61	131 956	1 696	17 307	889	483	30
Liberecký kraj	118 766	4,39	92 036	889	10 461	496	413	13
Královéhradecký kraj	134 689	4,98	103 268	778	11 900	795	559	19
Pardubický kraj	114 072	4,22	86 927	738	9 863	606	437	7
Vysočina	105 185	3,89	79 984	437	7 793	461	516	4
Jihomoravský kraj	291 162	10,77	203 176	1 854	42 346	2 891	2 107	47
Olomoucký kraj	138 970	5,14	108 355	522	11 740	768	607	11
Zlínský kraj	136 725	5,06	105 160	646	13 670	772	291	10
Moravskoslezský kraj	248 824	9,20	191 090	1 118	25 355	2 033	1 658	18
C e l k e m	2 703 444	100,00	1 912 154	17 218	365 293	24 667	15 536	308

Zdroj: ČSÚ OK

4.2 Ekonomické subjekty v Olomouckém kraji podle právních forem

Tabulka 3 Ekonomické subjekty v Olomouckém kraji dle právních forem v letech 2010 a 2011

Období	2010	2011	Rozdíl 2011-2010
Ekonomické subjekty celkem	136 229	138 970	2 741
v tom:			
Fyzické osoby	111 153	113 134	1 981
v tom:			
fyzická osoba podnikající dle živnostenského zákona nezapsaná v obchodním rejstříku	103 832	105 878	2 046
fyzická osoba podnikající dle živnostenského zákona zapsaná v obchodním rejstříku	533	522	-11
fyzická osoba podnikající dle jiných zákonů než živnostenského a zákona o zemědělství nezapsaná v obchodním rejstříku	4 882	4 777	-105
fyzická osoba podnikající dle jiných zákonů než živnostenského a zákona o zemědělství zapsaná v obchodním rejstříku	2	2	-
zemědělský podnikatel - fyzická osoba nezapsaná v obchodním rejstříku	1 904	1 955	51
Právnícké osoby	25 076	25 836	760
v tom:			
obchodní společnosti	11 336	11 739	403
sdružení a organizační jednotka sdružení	6 057	6 312	255
společenství vlastníků jednotek	2 690	2 813	123
zahraniční osoba	2 234	2 219	-15
příspěvková organizace	719	716	-3
družstvo	612	607	-5
církevní organizace	360	361	1
nadace a nadační fond	89	93	4
ostatní	981	978	-3

Zdroj: ČSÚ OK

4.3 Počty jednotek v registru ekonomických subjektů podle převažující činnosti CZ-NACE v Olomouckém kraji a jeho okresech

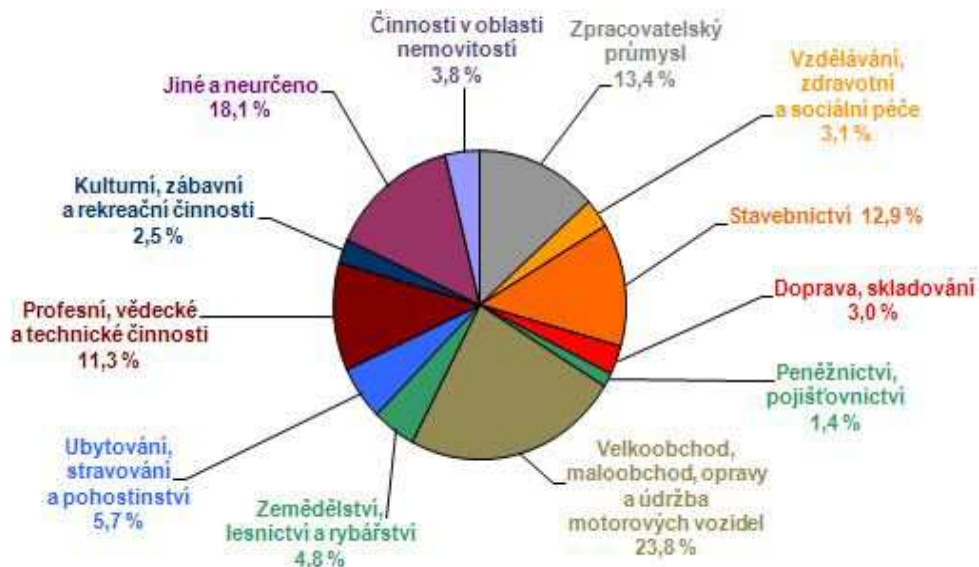
Tabulka 4 Počty jednotek v RES dle převažující činnosti CZ-NACE v Olomouckém kraji a jeho okresech (stav k 31. 12. 2011)

	Kraj celkem	v tom okresy				
		Jeseník	Olomouc	Prostějov	Přerov	Šumperk
Celkem	138 970	10 922	52 519	23 109	26 530	25 890
v tom:						
A Zemědělství, lesnictví a rybářství	6 713	949	1 729	1 013	1 165	1 857
Průmysl celkem (B až E)	19 529	1 533	6 592	3 835	3 834	3 735
B Těžba a dobývání	33	13	11	2	5	2
C Zpracovatelský průmysl	18 568	1 472	6 241	3 668	3 642	3 545
D Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu	348	11	114	73	72	78
E Zásobování vodou; činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi	580	37	226	92	115	110
F Stavebnictví	17 926	1 902	6 339	2 937	3 314	3 434
G Velkoobchod, maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	33 127	1 971	12 797	5 723	6 905	5 731
H Doprava a skladování	4 237	382	1 553	588	771	943
I Ubytování, stravování a pohostinství	7 870	915	2 692	1 207	1 398	1 658
J Informační a komunikační činnosti	2 320	129	1 123	284	409	375
K Peněžnictví a pojišťovnictví	1 999	137	697	391	368	406
L Činnosti v oblasti nemovitostí	5 325	266	2 494	800	941	824
M Profesní, vědecké a technické činnosti	15 677	959	7 031	2 105	2 900	2 682
N Administrativní a podpůrné činnosti	1 836	115	857	222	323	319
77 Činnosti v oblasti pronájmu a operativního leasingu	439	28	210	51	89	61
78 Činnosti související se zaměstnáním	24	-	20	3	-	1
79 Činnosti cestovních agentur, kanceláří a jiné rezervační a související činnosti	391	18	183	46	60	84
80 Bezpečnostní a pátrací činnosti	343	25	158	53	52	55
81 Činnosti související se stavbami a úpravou krajiny	411	23	168	47	90	83
82 Administrativní, kancelářské a jiné podpůrné činnosti pro podnikání	228	21	118	22	32	35
O Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	1 021	65	274	246	241	195
P Vzdělávání	2 263	141	972	338	459	353
Q Zdravotní a sociální péče	1 984	119	846	326	351	342
R Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	3 486	236	1 289	650	656	655
S Ostatní činnosti	10 269	746	3 991	1 741	1 882	1 909
T Činnosti domácností jako zaměstnavatelů; činnosti domácností produkujících blíže neurčené výrobky a služby pro vlastní potřebu	-	-	-	-	-	-
U Činnosti exteritoriálních organizací a orgánů	2	-	1	-	1	-
Bez uvedení činnosti	3 386	357	1 242	703	612	472

Zdroj: ČSÚ OK

4.4 Podíl subjektů v Olomouckém kraji dle převažující činnosti CZ-NACE

Obrázek 3 Graf podílu subjektů v Olomouckém kraji dle převažující činnosti CZ-NACE k 31. 12. 2011



Zdroj: ČSÚ OK

Ve struktuře ekonomických subjektů, tvořenou dle odvětví činností CZ-NACE, jsou nejvíce zastoupeny subjekty zabývající se velkoobchodem, maloobchodem, opravami a údržbou motorových vozidel (23,8 %), zpracovatelským průmyslem (13,4 %) a třetím nejsilnějším odvětvím bylo v roce 2011 stavebnictví s podílem 12,9 %. [13]

4.5 Shrnutí analýzy

Oblast, pro kterou jsem se tedy rozhodla, činnost cestovní agentury (dále jen zkratka CA), není dle výsledků průzkumu ČSÚ a dle mého názoru, zcela zaplněna. Proto bych chtěla této situaci náležitě využít a poskytnout trhu služby nové cestovní agentury. Nejprve bych se zaměřila na klientelu Prostějovska a později bych chtěla oslovit i potencionální zákazníky z Olomoucka.

5 ZPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU NA ZALOŽENÍ PODNIKU

5.1 Titulní strana

Identifikační údaje

Logo společnosti:



Název zapsaný v OR:

TyTam

Právní forma:

společnost s ručením omezeným

Sídlo společnosti:

náměstí T. G. Masaryka 27, 79601 Prostějov

Společníci:

Hana Dvorská

Hluchov 80, 79841 Kostelec na Hané

funkce: jednatel

Marek Tohmanský

tř. Kosmonautů 20, 77900 Olomouc

funkce: jednatel

Kontaktní údaje:

Telefon:

723 221 785 – Hana Dvorská

739 329 769 – Marek Tohmanský

E-mail:

tytam@centrum.cz

Adresa webových stránek:

www.tytam.cz

Předmět podnikání:

výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živ-
nostenského zákona

- provozování cestovní agentury

- zprostředkování obchodu a služeb

Datum zápisu do OR:

z důvodu fiktivní společnosti nezapsáno

Datum zahájení činnosti:

01. 01. 2012

5.2 Popis podniku a jeho plánů do budoucna

Plán založit cestovní agenturu na rekreační, adrenalinové či netradiční zážitky, v nás dřímá již velice dlouho. Avšak pro samotné realizování našeho nápadu jsme se rozhodli teprve nedávno.

Dlouho jsme nevěděli, kde budeme svou činnost provozovat. Naším plánem byla útulná kancelář poblíž centra města Prostějova. Nakonec se nám podařilo takovou kancelář nalézt na náměstí T. G. Masaryka č. 27. Kancelář se nachází na velmi pěkném a lukrativním místě, kde denně proudí davy lidí.

Jako právní formu pro činnost agentury jsme zvolili společnost s ručením omezeným. Nejdůležitějším vodítkem pro její volbu byl způsob ručení společnosti, kdy společnost s ručením omezeným sice ručí celý svým majetkem, ale společníci za závazky společnosti ručí pouze do výše svého nesplaceného vkladu.

Díky zvýšenému zájmu o netradiční zážitky zaznamenaného v poslední době, lukrativnímu umístění kanceláře a aktivní propagaci společnosti na trhu očekáváme relativně úspěšné uchycení na trhu. K této situaci také přispívá to, že se blíží léto a v této době se tradičně na trhu zvyšuje poptávka po zmíněných službách.

Naším cílem je poskytnout zákazníkům nezapomenutelné zážitky, které obohatí jejich život. Chceme, aby se k nám zákazníci rádi vraceli a to buď pro další zajímavý zážitek či pro netradiční dárek pro své blízké.

5.3 Popis produktů a služeb a jejich technicko-technologické zajištění

5.3.1 Popis produktů

Naše agentura bude spolupracovat s jinými cestovními kancelářemi, kdy budeme na základě smlouvy, zprostředkovávat jejich služby za procentuální zisk z celkových prodaných služeb (provizi).

V seznamu nabízených služeb budou například wellness pobyty v tuzemských či zahraničních lázních, pobyty v dětských táborech, jednodenní zájezdy na muzikály a koncerty, do divadla, jednodenní či vícedenní poznávací zájezdy po České republice či jiných zemích, dovolené u moře, lyžařské pobyty, adrenalinové zážitky (lety balónem, seskoky padákem, paragliding, ...) nebo také různé tematicky laděné balíčky.

5.3.2 Popis zajištění služeb

Zákazníci si budou moci objednat služby, buďto přes naše webové stránky, kde budou vystaveny veškeré nabízené služby včetně podrobných informací k nim. Nebo budou moci navštívit naši kancelář, kde jim rádi poradíme a v případě zájmu sepíšeme smlouvu.

V případě objednávek přes internet bude pan Tohmanský, vedoucí prodeje, potvrzovat přijaté objednávky a rozesílat smlouvy, kdy zákazník podepíše jednu kopii a tu nám zašle zpět a druhou smlouvu podepsanou naší společností si ponechá. Dále mu bude přidělen variabilní symbol, na základě kterého uhradí, do smluveného data splatnosti, částku na náš bankovní účet.

V daném termínu, uvedeném ve smlouvě, bude zákazníkovi poskytnuta služba, za kterou si zaplatil. Služby budou zajišťovat naši renomovaní smluvní partneři.

Cestovní smlouva bude sepsána jménem konkrétní cestovní kanceláře, která služby zajišťuje. Zákazníci budou mít právo nahlédnout a obdržet kopii smlouvy o pojištění dané kanceláře proti úpadku.

5.3.3 Potřeba pracovníků

Na provoz kanceláře cestovní agentury, podle prozatímních plánů, nebude třeba více pracovníků. Za obchodní styk se zákazníky a samotný prodej bude odpovědný pan Tohmanský a o účetnictví a marketing se postarám sama. V případě potřeby se budeme zastupovat.

Pro tyto funkce máme oba dva odpovídající vzdělání a bohaté zkušenosti. Já jsem vystudovala Obchodní akademii v Prostějově, čtyři roky jsem pracovala jako účetní a rok jako referentka nákupu. Můj společník, pan Tohmanský, vystudoval Vyšší odbornou školu cestovního ruchu a mezinárodního obchodního styku v Praze a má pět let zkušeností v oboru.

5.4 Marketingový plán

5.4.1 Cena

Naše společnost bude zprostředkovávat prodej služeb smluvních partnerů. Z tohoto důvodu se ceny jednotlivých služeb budou odvíjet od jejich cenových nabídek. Za zprostředkování prodeje bude naše společnost inkasovat provizi v procentuálním vyjádření.

5.4.2 Distribuce

Zákazníci si budou moci objednat naše služby přes internet nebo mohou navštívit naši provozovnu v Prostějově, kde jim velmi rádi poradíme a prozradíme veškeré informace. O samotnou realizaci služby, řešení připomínek a reklamací se postarají naši partneři.

5.4.3 Propagace

Cílem propagace naší společnosti bude informovat potenciální zákazníky o vstupu naší společnosti na trh a o nabízených službách. Pro zviditelnění naší společnosti jsme se rozhodli pro tyto propagační prostředky:

5.4.3.1 *Webové stránky*

V dnešní moderní době je samozřejmostí a velmi důležitou vizitkou každé společnosti mít své vlastní webové stránky. Proto tento způsob propagace považujeme za jeden z klíčových. Budou totiž sloužit zákazníkům k pohodlnému výběru, sběru informací či k případnému objednávání služeb přímo z domova.

5.4.3.2 *Informační letáčky a pojízdná reklama*

- a) informační letáky – o tisk letáků se postaráme sami, ale na roznošení letáků do schránek, vyvěšení na informační sloupy a nástěnky jsme oslovili brigádníky z řad rodinných příslušníků.
- b) pojízdná reklama – na náš firemní automobil vylepíme název naší společnosti, logo, důležité kontaktní údaje a reklamní zprávu pro potenciální zákazníky.

5.4.3.3 *Inzerce*

Celkový program propagace ještě podpoříme inzercí v Prostějovském týdeníku, kdy reklama bude vycházet každou druhou středu. Náklady na tuto formu propagace budou měsíčně činit 7.890 Kč.

5.5 Analýza konkurence

Abychom zjistili, zda bude náš podnikatelský plán vůbec reálný, museli jsme provést důkladnou analýzu trhu. Nejprve jsme uvažovali, že bychom si založili společnost v Olomouci, především kvůli většímu množství obyvatel. Bohužel vznikly obavy z přesycení trhu jinými konkurenčními cestovními kancelářemi a agenturami.

Z tohoto důvodu jsme svou pozornost zaměřili na trh v oblasti Prostějovska. V Prostějově a jeho okolí se nachází řada cestovních agentur a kanceláří. Přesto žádná z nich nenabízí stejnou koncepci nabídky služeb, jakou má v úmyslu nabídnout naše společnost. Převážná většina konkurenčních cestovních agentura a kanceláří nabízejí pobytové, poznávací a rekreační zájezdy a nepatrná část z nich nabízí adrenalinové a netradiční zážitky. Avšak žádná z nich nenabízí kombinaci všech těchto uvedených služeb.

Rozhodli jsme se proto tuto mezeru na trhu využít a získat tím velkou výhodu nad místní konkurencí.

Tabulka 5 Porovnání nabídek konkurenční cestovní agentur a kanceláří v blízkém okolí

Název	IČO	Cestovní kancelář / agentura / jiné	Poznávací zájezdy	Pobytové zájezdy	Jednodenní zájezdy	Rekreační a lázeňské pobyty	Adrenalinové a netradiční zážitky
AQUA TOUR -Ivana Valová	62801791	CA	X	X	X	X	
CK Hellas Tour, s.r.o	26252490	CK	X	X			
Čedok a.s.	60192755	CK	X	X	X	X	
DIVE CREW CZECH spol. s r.o.	43965288						X - potápění
Em-travel - Eva Staňková	60685956	CA	X	X	X	X	
EXIM TOURS a.s	45312974	CK	X	X	X	X	
FTL - First Transport Lines, a.s.	46345850	CK	X	X	X	X	
FUNTUNDEM - Radek Šíma	75812215	podnikatel					X - seskoky padákem, paragliding
Lenka Štefková	74325965	CA	X	X	X	X	
MIKLAS TOUR -Mgr. Jindřich Miklas	13389831	CK	X	X	X		
MOUNTAIN TRAVEL - Petr Vítek	75453304	CA		X			
PALMA - Alena Francová	60123613	CA	X	X	X	X	
RIALTO travel s.r.o.	25909487	CK	X	X	X	X	
Skyballoons s.r.o.	26230631	podnikatel					X - lety balónem
SKYSPORT TEAM s.r.o.	28331931	podnikatel					X - seskoky padákem, paragliding
TVARBET MORAVIA, a.s.	13690558	CK	X	X	X	X	
VAŠE CESTA s.r.o.	29208998	CA	X	X	X	X	
Zážitková agentura s.r.o.	28329368	CA					X
TyTam, s.r.o.		CA	X	X	X	X	X

Zdroj: autor

5.6 Průzkum trhu

Jako metodu průzkumu trhu jsme zvolili dotazování pomocí dotazníku. Vybrali jsme si pár klíčových otázek, které nám pomohou nastínit preference a zaměření potenciálních zákazníků. Pro tento průzkum jsme oslovili 200 lidí různých věkových kategorií v oblasti Prostějovska.

Jednotlivé otázky, které jsme kladly vybraným respondentům:

1. Do jaké věkové kategorie patříte?
2. Jaké je místo vašeho bydliště?
3. Kde trávíte svou dovolenou: v tuzemsku či zahraničí?
4. Jakou preferujete dovolenou? (aktivní, relaxační, dobrodružnou, poznávací,...)
5. V jakém ročním období nejraději jezdíte na dovolenou?
6. Kolikrát ročně jezdíte nebo trávíte dovolenou jinak než doma?
7. Jakou délku dovolené preferujete?
8. V jaké cenové relaci se pohybují Vaše náklady na dovolenou?
9. Využíváte při výběru dovolené služeb cestovní agentury (CA)?
10. Jaké služby CA využíváte?
11. Uvítali byste CA ve Vašem okolí, která by zajišťovala komplexní služby?

Výsledky průzkumu trhu

Zhruba 65 % respondentů patřilo do věkové skupiny 26 – 40 a většina pocházela z Prostějova a okolí. Přibližně 40 % dotázaných se nejčastěji účastní dovolené v tuzemsku, 50 % v zahraničí, 10 % se na žádnou cestu nechystá a většina z nich tráví svou dovolenou v letním a zimním období. V zimním období nejraději provozují aktivní dovolenou na horách a v letním období využívají nabídky ze všech oblastí, především pobytové a poznávací zájezdy a ne málokdy označili i adrenalinové zážitky. V nejvíce případech odjíždí respondenti na dovolenou jedenkrát ročně a to na 6 – 7 dnů, nebo využívají jednodenní výlety. Na jednu osobu dle výsledků nejčastěji připadá 5 – 10 tisíc Kč nákladů ročně a 70 % dotazovaných přiznalo, že využívá i služeb cestovních agentur a novou agenturu by na Prostějovsku uvítalo.

5.7 SWOT analýza

Abychom si vytvořili určitý náhled o pravděpodobnosti úspěchu našeho plánu, tak jsme si sestavili přehled o silných a slabých stránkách a o možných příležitostech a hrozbách, které se nám mohou naskytnout, nebo jim zřejmě budeme muset čelit.

Mezi **silné stránky** společnosti bych především zařadila naši velmi dobrou kvalifikační úroveň a několikaletou praxi v oboru. Nesporným plusem je i umístění provozovny na velmi lukrativním místě, kde denně prochází davy potenciaální zákazníků a bude právě na nás, jak tento potenciál vhodně využijeme. V neposlední řadě bych jako silnou stránku zařadila komplexní nabídku služeb, kterou, dle provedené analýzy konkurence, nenabízí žádná cestovní agentura či kancelář v okolí.

Jako nejpodstatnější **slabou stránku** společnosti bych uvedla její čerstvé uvedení na trh a s tím spojenou nízkou povědomost o naší agentuře mezi zákazníky. Z tohoto důvodu se zaměříme na její důkladnou propagaci. Problém by mohl také nastat z důvodu menší zkušenosti s vedením podniku. Tento nedostatek se budeme snažit řešit různými kurzy pro podnikatele.

Vhodnou **příležitostí** pro společnost považujeme její vstup na trh s novou komplexnější nabídkou služeb, než nabízí konkurence. Také by naše společnost mohla v budoucnu rozšířit svou působnost o nové pobočky do okolních měst a přijmout nové zaměstnance.

Jedna z největších **hrozeb** pro naši společnost, která může řádně ovlivnit stabilitu společnosti, je vliv a cenový boj okolní konkurence. Dále pak v souvislosti s celkovou situací našeho hospodářství vnímáme jako potenciaální riziko nedostatečnou výši důchodů obyvatel a s tím spojenou schopnost či neschopnost lidí si dovolenou financovat. Na úrovni poptávky může mít výrazný vliv také vývoj počasí, přírodní katastrofy či politická situace v jiných zemích.

5.8 Analýza dodavatelů

Vzhledem k tomu, že nejsme cestovní kanceláří, ale podnikáme jako cestovní agentura, tak jsme nuceni si veškeré nabízené služby zajistit prostřednictvím jiných cestovních kanceláří.

Abychom uspěli na trhu, je velmi důležité, abychom důkladně zvážili volbu jednotlivých dodavatelů. Při výběru vhodných dodavatelů hrají důležitou roli, tyto skutečnosti:

- a) spolehlivost,
- b) dobrá pověst,
- c) postavení na trhu – podíl na trhu,
- d) kvalita a komplexnost služeb,
- e) péče o stálé a aktuální zákazníky,
- f) pohotové řešení vzniklých problémů směrem ke spokojenosti zákazníka,
- g) cena,
- h) osobní zkušenosti.

Tyto a mnohé další kritéria hrají velmi důležitější roli při jejich výběru. Na základy uvedených kritérií jsme zvolili tyto dodavatele:

Tabulka 6 Příklady některých stálých dodavatelů

Dodavatel služeb	IČO	Výše provize (v %)
CK PEŘEJ tours s.r.o.	28568061	15
Alexandria, spol. s r. o.	25661507	17
Cestovní kancelář AKVILA TRAVEL, s. r. o.	62363794	20
Cestovní kancelář Bohemian fantasy spol. s r.o.	41187571	20
Cestovní kancelář FIRO-tour a.s.	27869237	18
Cestovní kancelář FISCHER, a.s	26141647	15
CK Shenko's s.r.o.	25871978	16
Čedok a.s.	60192755	17
EXIM TOURS a.s	45312974	18
Ing. Ladislav Jarý - CK Viktoria	16312520	20
Viktor Kohout - CK BAVI	18465820	19
Zážitková agentura s.r.o.	28329368	25

Zdroj: autor

Tyto dodavatele jsme si vybrali, kvůli jejich celkově finančně zajímavé nabídce, jak pro zákazníky, tak pro nás, a také z toho důvodu, že s nimi máme velmi dobré zkušenosti, hlavně co se týče spolehlivosti a dobrého vztahu k zákazníkovi.

5.9 Finanční plán

5.9.1 Výše vloženého vkladu do společnosti

Hlavním zdrojem financování společnosti, po jejím zahájení, bude základní kapitál splatný při podpisu společenské smlouvy. Základní kapitál bude splacen na účet u peněžního ústavu k 1. 1. 2012. Výše obchodního podílu bude rozdělena přesně na půl mezi oba dva společníky.

Tabulka 7 Vklady vložené do společnosti a výše obchodního podílu

Jméno společníka	Výše vkladu	Podíl ve společnosti v %
Hana Dvorská	300.000 Kč	50
Marek Tohmanský	300.000 Kč	50
Σ	600.000 Kč	100

Zdroj: autor

5.9.2 Vstupní rozvaha

Tabulka 8 Zahajovací rozvaha společnosti k 1. 1. 2012 (v Kč)

AKTIVA		PASIVA	
Pohledávky za upsaný základní kapitál		Vlastní kapitál	600 000
		Základní kapitál	600 000
Dlouhodobý majetek		Výsledek hospodaření běžného účetního období	
Oběžná aktiva	600 000	Cizí zdroje	
Běžný účet	600 000		
AKTIVA CELKEM	600 000	PASIVA CELKEM	600 000

Zdroj: autor

Společnost bude vytvářet rezervní fond od prvního čistého zisku společnosti. Výše rezervního fondu v prvním roce bude činit minimálně 10 % z čistého zisku, ale ne více jak

5 % z celkové výše základního kapitálu. V následujících letech minimálně 5 % z čistého zisku až do vytvoření celého rezervního fondu, který musí v konečné výši činit 10 % z vloženého základního kapitálu. [2]

5.9.3 Výpočet nákladů

V následujících tabulkách jsou uvedeny všechny předpokládané náklady na založení společnosti a na její samotný chod.

5.9.3.1 Náklady spojené se založením společnosti

Tabulka 9 Jednorázové náklady spojené se založením společnosti v (Kč)

Notářské služby spojené se sepsáním a potvrzením společenské smlouvy	6.000,00
Výpis z rejstříku trestů	50,00
Udělení živnostenského oprávnění	2.000,00
Zápis do OR	5.000,00
Náklady celkem:	13.050,00

Zdroj: autor

5.9.3.2 Finanční investice nutné pro zařízené kanceláře a chodu společnosti

Náklady uvedené v tabulce číslo 10 jsou pouze na základní vybavení kanceláře. V následujících obdobích, pokud bude dostatek finančních prostředků, bychom chtěli toto vybavení rozšířit a kancelář více zútulnit. Dále máme v následujících letech v plánu svou činnost rozšířit o další provozovnu v Olomouci.

Tabulka 10 Finanční investice (v Kč)

Majetek	množství	cena za kus	cena celkem
automobil Citroën, SX 1.4i 75k	1	229 000,00	229 000,00
notebook HP PROBOOK 4730S, 17, 3", 640GB	2	18 500,00	37 000,00
multifunkční zařízení Samsung SCX-4623F	1	3 590,00	3 590,00
kancelářský stůl	2	10 590,00	21 180,00
polstrovaná židle	4	1 200,00	4 800,00
kancelářská židle	2	2 500,00	5 000,00
policová skříň	2	6 500,00	13 000,00
police	2	1 300,00	2 600,00
Náklady celkem			316 170,00

Zdroj: autor

Kromě osobního automobilu, který bude zařazen do dlouhodobého hmotného majetku a bude odepisován, bude ostatní vybavení kanceláře dáno do spotřeby.

Tabulka 11 Kalkulace měsíčních nákladů na chod kanceláře (v Kč)

	částka
Služby poskytované v rámci smlouvy o nájmu nebytových prostor	
Nájemné kancelářských prostor	6 500,00
Vodné a stočné	200,00
Odvoz odpadu	100,00
Osvětlení společných prostor	100,00
Úklid společných prostor domu	200,00
Elektrická energie + teplo	1 100,00
Ostatní	
Internet + volání	1 500,00
Ostatní náklady (kancelářské potřeby, pohonné hmoty,...)	3 000,00
Celkem za měsíc:	12 700,00

Zdroj: autor

V tabulce jsou vyčísleny potřebné finanční prostředky na úhradu nájemného nebytových prostor, pro provoz cestovní agentury, včetně ostatních nákladů spojených s provozem, jako jsou například kancelářské potřeby.

5.9.3.3 Mzdové náklady

Jak již bylo uvedeno v úseku potřeby pracovníků, tak provoz cestovní agentury budeme prozatím se společníkem zajišťovat sami. Společně jsme se dohodli, že si budeme vyplácet hrubou měsíční mzdu ve výši 15.000,-- Kč.

V tabulce číslo 12 je uveden výpočet čisté mzdy, kterou společníci obdrží každý měsíc na svůj osobní účet. Dále jsou v ní uvedeny celkové mzdové náklady na jednoho společníka (zaměstnance) za měsíc.

Tabulka 12 Kalkulace měsíčních mzdových nákladů (v Kč)

Hrubá mzda (dále jen zkratka HM)	15 000,00
Superhrubá mzda	20 100,00
Daň před slevami (20 % ze superhrubé mzdy)	3 015,00
Slevy na dani	2 070,00
Daň	-945,00
Sociální pojištění za zaměstnance (6,5 % z HM)	-975,00
Zdravotní pojištění za zaměstnance (4,5 % z HM)	-675,00
Sociální pojištění za zaměstnavatele (25 % z HM)	-3 750,00
Zdravotní pojištění za zaměstnavatele (9 % z HM)	-1 350,00
Čistá mzda:	12 405,00
Celkové mzdové náklady za měsíc na jednoho pracovníka (společníka)	20 100,00

Zdroj: autor

5.9.3.4 Odpisy

Poznámka: Účetní jednotka stanovila, že účetní odpisy se budou rovnat daňovým.

Osobní automobil Citroën, SX 1.4i 75k, zakoupený k 3. 1. 2012 byl zařazen do podnikání. Jeho pořizovací cena je 229.000,- Kč. Automobil je zařazen do 2. odpisové skupiny, odpisován bude rovnoměrně, po dobu pěti let.

Vzorec:

V 1. roce odpisování ... vstupní cena * sazba pro 1. rok / 100

V dalších letech ... vstupní cena * sazba pro další roky / 100

Tabulka 13 Výpočet odpisů (v Kč)

Rok	Odpisy rovnoměrné	Odpisy	Oprávký	Zůstatková cena
1. (2012)	229.000 * 11 / 100	25.190	25.190	203.810
2. (2013)	229.000 * 22,25 / 100	50.953	76.143	152.857
3. (2014)	229.000 * 22,25 / 100	50.953	127.096	101.904
4. (2015)	229.000 * 22,25 / 100	50.953	178.049	50.951
5. (2016)	229.000 * 22,25 / 100	50.951	229.000	0

Zdroj: autor

5.9.3.5 Náklady na propagaci společnosti

Společnost se rozhodla vyčlenit tyto finanční prostředky na propagaci s cílem postupně si zajistit povědomost u zákazníků a upevnit tak svou pozici na trhu.

Tabulka 14 Plánované náklady na propagaci (v Kč)

Propagační prostředek	Cena
Jednorázová propagace při založení podniku	
Webové stránky – vč. zajištění možnosti internetového obchodu a průběžných úprav	16 000,00
Pojízdná reklama	4 000,00
Celkem za jednorázovou propagaci:	20 000,00
Měsíční náklady na propagaci	
Informační letáky – tisk, 1 000 ks	3 000,00
Inzerce v novinách	7 890,00
Celkem za měsíční propagaci (mimo nákladů jednorázových):	10 890,00

Zdroj: autor

5.9.4 Celkové plánované náklady

Tabulka 15 Plánované celkové náklady v jednotlivých letech (v Kč)

Rok	2012	2013	2014	2015
Náklady na založení společnosti	13 050,00	0,00	0,00	0,00
Náklady na vybavení kanceláře	87 170,00	20 000,00	80 000,00	30 000,00
Náklady na chod kanceláře (-í)	152 400,00	155 000,00	280 000,00	290 000,00
Roční náklady na propagaci	150 680,00	150 000,00	250 000,00	250 000,00
Odpisy	25 190,00	50 953,00	50 953,00	50 953,00
Mzdové náklady	482 400,00	482 400,00	482 400,00	723 600,00
Náklady celkem	910 890,00	858 353,00	1 143 353,00	1 344 553,00

Zdroj: autor

Do celkových nákladů v roce 2012 jsou v tabulce započítány náklady na založení společnosti, jako je právní poradenství, notářský zápis, za výpis z trestního rejstříku, zápis do obchodního rejstříku, náklady na vybavení kanceláře, náklady na chod kanceláře (nájemné, služby spojené s provozem, internet, náklady na volání, kancelářské potřeby), celkové roční náklady na propagaci, odpisy a mzdové náklady pro oba společníky.

V následujícím roce jsou náklady téměř totožné, pouze vyjímaje nákladů na založení společnosti a vybavení sídelní kanceláře. V roce 2014 plánujeme rozšířit působnost společnosti o další provozovnu v Olomouci. Náklady na ni se promítnou především v potřebných investicích na vybavení, na provozních nákladech a rozšířené působnosti propagace společnosti. Dále pak má společnost v úmyslu v roce 2015 do nové, ale již rok zaběhnuté, provozovny přijmout nového pracovníky, s nimiž jsou samozřejmě spojené nemalé náklady na jeho mzdu.

5.9.5 Plán tržeb

Nejdůležitější složkou výnosů každého podniku jsou tržby. V případě naší společnosti tím budou tržby z prodeje služeb. V následujících dvou tabulkách a grafech jsou vyčísleny a znázorněny výše tržeb, které předpokládáme, že společnost svou činností přinese.

Vzhledem k tomu, že počítáme s tím, že společnost bude časem pro veřejnost již známá, bude mít své stále zákazníky, osvědčené dodavatele, předpokládáme, že v roce 2012 (tabulce 16) tržby v každém čtvrtletí průběžně porostou o 30 % a v následujících letech průběžně o 20 % (tabulka 17). S výraznějším nárůstem tržeb počítáme po zprovoznění další pobočky v Olomouci, kterou máme v plánu zrealizovat v roce 2014.

Tabulka 16 Plánované tržby v roce 2012 (v Kč)

Období	1. Q 2012	2. Q 2012	3. Q 2012	4. Q 2012
Plánované tržby	144 000	187 000	243 000	316 000

Zdroj: autor

Obrázek 4 Graf plánovaných tržeb v roce 2012



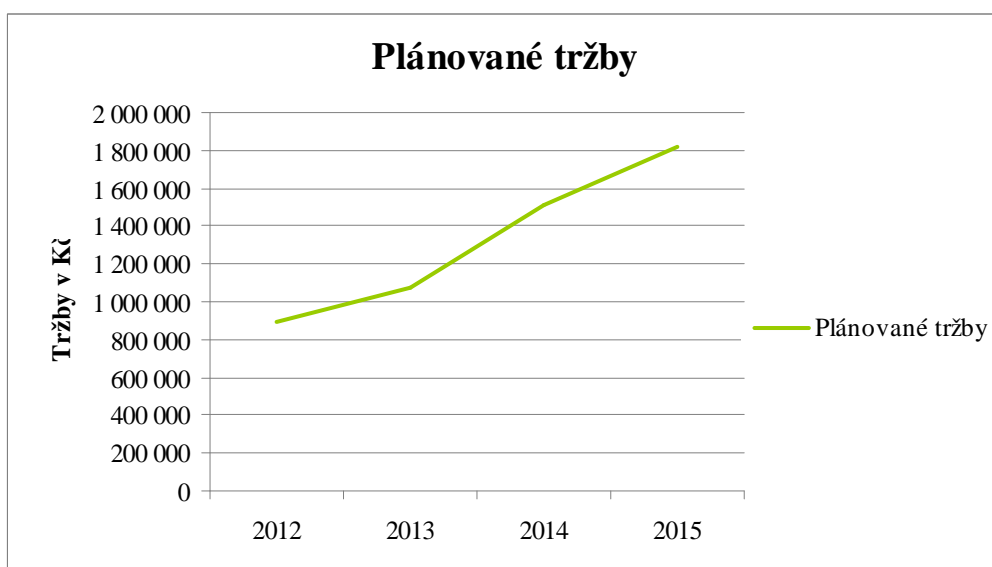
Zdroj: autor

Tabulka 17 Plánované tržby v dalších letech (v Kč)

Období	2012	2013	2014	2015
Plánované tržby	890 000	1 070 000	1 510 000	1 820 000

Zdroj: autor

Obrázek 5 Graf plánovaných tržeb v dalších letech



Zdroj: autor

5.9.6 Plánovaný výkaz zisku a ztrát

Tabulka 18 Výkaz zisku a ztrát (v tis. Kč)

	2012	2013	2014	2015
Celkové výnosy	890	1070	1510	1820
Tržby z prodeje služeb	890	1070	1510	1820
Celkové náklady	911	858	1143	1345
Náklady na založení společnosti	13	0	0	0
Náklady na vybavení kanceláře	87	20	80	30
Náklady na chod kanceláře (-í)	153	155	280	290
Roční náklady na propagaci	151	150	250	250
Odpisy	25	51	51	51
Mzdové náklady	482	482	482	724
Výsledek hospodaření před zdaněním	-21	212	367	475
Daň z příjmu právnických osob (19 %)	0	0	40	70
Výsledek hospodaření po zdanění	-21	212	327	405

Zdroj: autor

Vzhledem k námi zvolené formě podnikání se budeme na zisku či ztrátě společnosti podílet na základě výše obchodního podílu odvíjejícího se od výše vloženo kapitálu.

Zjištěný výsledek hospodaření společnosti představuje hrubý zisk, ze kterého se po jeho neúčtní úpravě, dle podmínek stanovených v zákoně o daních z příjmů, určí základ daně z příjmů právnických osob. Daň z příjmů právnických osob pro rok 2012 činí 19 %. Po odečtení daňového závazku od hrubého účetního zisku dostaneme disponibilní zisk, který je možný si rozdělit nebo ho ponechat na další investice do podnikání. Vyplácné podíly na zisku společníkům podléhají zdanění zvláštní sazbou daně ve výši 15 %, kterou odvádí společnost jako plátce této daně.

V účetní období po vzniku společnosti, tj. v roce 2012, by měla být, dle předpokládaných výnosů a nákladů, vykázána ztráta. Tento výsledek není nikterak překvapivý, jelikož v prvním roce jsou plánovány větší počáteční investice do podnikání. Zato od roku 2013, podle propočtů nákladů a hlavně prognózy tržeb, by mohl být vykázán zisk. Pokud by opravdu společnost v těchto letech vykázala zisk, mohla by se rozhodnout uhradit ze zisku ztrátu z nevýdělečných let a uvažovat o dalších investicích.

5.9.7 Cash Flow

Tento účetní výkaz zaznamenává průběh hotovostních toků v jednotlivých letech a poukazuje na rozdíly mezi výnosy a příjmy či náklady a výdaji. V uvedených variantách je počítáno s různým vývojem tržeb. V optimistické variantě počítáme s růstem v jednotlivých letech o 25 %, v realistické variantě o 20 % a v pesimistické variantě o 15 %. Ve všech případech se tento vývoj tržeb netýká roku 2014, kdy došlo ke vzniku nové provozovny, čili varianty počítají v tomto roce s daleko vyšším nárůstem tržeb.

5.9.7.1 Cash Flow – optimistická varianta

Tabulka 19 Výpočet Cash Flow v letech 2012 až 2014 – optimistická varianta (v tis. Kč)

Rok	2012	2013	2014	2015
Celkové příjmy	770	965	1450	1815
Příjmy z prodeje služeb	770	965	1450	1815
Celkové výdaje	866	790	1065	1284
Úhrada poplatků a služeb spojených se založením společnosti	13	0	0	0
Úhrady faktur dodavatelům - výdaje na vybavení kanceláře	87	18	68	30
Úhrady faktur dodavatelům - výdaje na chod podniku	139	145	270	285
Úhrady závazků za propagaci	145	145	245	245
Výplaty mezd, úhrada SP, ZP a daně z příjmu	482	482	482	724
Peněžní tok	-96	175	385	531
Daň z příjmu právnických osob (19 %)	0	0	40	70
Cash Flow celkem	-96	175	345	461

Zdroj: autor

Z výsledků výkazu cash flow optimistické varianty je vidět, že v tomto případě by ztráty společnost dosáhla pouze v prvním roce její působnosti. Tato varianta by nastala nejspíš pouze v případě brzkého získání stálých zákazníků a při velmi dobrém postavení na trhu.

5.9.7.2 Cash Flow – realistická varianta

Tabulka 20 Výpočet Cash Flow v letech 2012 až 2014 – realistická varianta (v tis. Kč)

Rok	2012	2013	2014	2015
Celkové příjmy	740	890	1340	1610
Příjmy z prodeje služeb	740	890	1340	1610
Celkové výdaje	867	762	1040	1249
Úhrada poplatků a služeb spojených se založením společnosti	13	0	0	0
Úhrady faktur dodavatelům - výdaje na vybavení kanceláře	87	5	68	20
Úhrady faktur dodavatelům - výdaje na chod podniku	140	135	250	265
Úhrady závazků za propagaci	145	140	240	240
Výplaty mezd, úhrada SP, ZP a daně z příjmu	482	482	482	724
Peněžní tok	-127	128	300	361
Daň z příjmu právnických osob (19 %)	0	0	40	70
Cash Flow celkem	-127	128	260	291

Zdroj: autor

V realistické variantě cash flow jsou zaznamenány údaje o peněžních tocích v co nejuvěrohodnější verzi, i s případnými riziky neschopnosti platit své závazky včas.

5.9.7.3 Cash Flow – pesimistická varianta

Tabulka 21 Výpočet Cash Flow v letech 2012 až 2014 – pesimistická varianta (v tis. Kč)

Pesimistická varianta	2012	2013	2014	2015
Celkové příjmy	690	795	1150	1325
Příjmy z prodeje služeb	690	795	1150	1325
Celkové výdaje	864	782	1046	1248
Úhrada poplatků a služeb spojených se založením společnosti	13	0	0	0
Úhrady faktur dodavatelům - výdaje na vybavení kanceláře	87	18	68	25
Úhrady faktur dodavatelům - výdaje na chod podniku	139	140	262	265
Úhrady závazků za propagaci	143	142	234	234
Výplaty mezd, úhrada SP, ZP a daně z příjmu	482	482	482	724
Peněžní tok	-174	13	104	77
Daň z příjmu právnických osob (19 %)	0	0	40	70
Cash Flow celkem	-174	13	64	7

Zdroj: autor

Z uvedené pesimistické varianty cash flow vyplývá, že pokud by podnik dlouhodobě vykazoval ztrátu, v tomto případě nejspíš vlivem pozdního inkasování příjmů za služby než byly vyúčtovány či nedostatkem zakázek, může ho to velmi existenčně ohrozit. Přesto výsledky výkazu cash flow v pesimistické variantě nejsou zas až tolik katastrofické.

5.10 Ukazatelé rentability (výnosnosti)

ROA (rentabilita aktiv) – ukazatel výnosnosti celkových aktiv

$$r. 2012 = (\text{čistý zisk/celková aktiva}) * 100 = ((-21)/624) * 100 \doteq \underline{\underline{-3,37 \%}}$$

$$r. 2013 = (\text{čistý zisk/celková aktiva}) * 100 = (212/887) * 100 \doteq \underline{\underline{23,90 \%}}$$

ROE (rentabilita vlastního kapitálu) – ukazatel výnosnosti vloženého vlastního kapitálu

$$r. 2012 = (\text{čistý zisk/vlastní vložený kapitál}) * 100 = ((-21)/579) * 100 \doteq \underline{\underline{-3,63 \%}}$$

$$r. 2013 = (\text{čistý zisk/vlastní vložený kapitál}) * 100 = (212/791) * 100 \doteq \underline{\underline{26,80 \%}}$$

ROS (rentabilita tržeb) – ukazatel výnosnosti tržeb

$$r. 2012 = (\text{čistý zisk/tržby}) * 100 = ((-21)/890) * 100 \doteq \underline{\underline{-2,36 \%}}$$

$$r. 2013 = (\text{čistý zisk/tržby}) * 100 = (212/1070) * 100 \doteq \underline{\underline{19,81 \%}}$$

Rentabilita nákladů - ukazatel nákladovosti tržeb = 1 - ROS

$$r. 2012 = 1 - (\text{čistý zisk/tržby}) = 1 - ((-21)/890) \doteq \underline{\underline{1,024 K\check{c}}}$$

$$r. 2013 = 1 - (\text{čistý zisk/tržby}) = 1 - (212/1070) \doteq \underline{\underline{0,802 K\check{c}}}$$

Míra všech ukazatelů rentability by se měla, oproti roku 2012, v dalších letech postupně zvyšovat. Tento vývoj především ovlivní nepřítomnost nákladů na rozjezd podnikání a také postupný zisk stálých zákazníků a spolehlivých dodavatelů. Výnosnost celkového vloženého kapitálu by měla v roce 2013 činit zhruba 24 % a celkového vloženého kapitálu téměř 27 %. V případě rentability tržeb je očekáván poměr čistého zisku k tržbám ve výši 20 %. Dále by mělo v roce 2013 na 1 Kč výnosů připadat 80 haléřů nákladů.

ZÁVĚR

Slovo podnikání může být chápáno hned několika možnými způsoby. Ovšem z pohledu cílevědomých lidí je možné na něj pohlížet, i jako na jednu z metod realizace jejich cílů, snů a plánů do budoucna. Přínosem jejich snažení je samozřejmě rozšíření trhu o nový subjekt, který hodlá naplňovat potřeby a touhy zákazníků, avšak zároveň svou existencí mohou výrazně přispět k rozvoji trhu práce, například prostřednictvím tvorby nových pracovních míst, či povzbuzení činnosti národního hospodářství. Stinná stránka podnikání bohužel spočívá v tom, že ne všem těmto odhodlaným lidem se podaří uspět. Často na jejich úspěch může mít výrazný vliv nevhodný výběr oblasti podnikání, forma podnikání či neakceptace hrozeb, které je hned na začátku varují před neúspěchem.

Úkolem této práce bylo nalézt a shrnout všechny možnosti a podmínky podnikání v rámci České republiky a jejich následné využití v praxi při výběru vhodné formy podnikání, analýzy trhu a následného vypracování realistického podnikatelského plánu

V praktické části této práce je využito metody důkladné analýzy trhu, s účelem nalézt a využít potenciálu trhu. K tomuto účelu bylo použito různých statistických údajů, ročenek či zjištěných informací ze serveru ministerstva průmyslu a obchodu.

Důležitost této analýzy především spočívá v tom, že všichni budoucí podnikatelé, ať budou chtít nebo ne, se budou muset postavit všem nástrahám, které trh přináší, včetně nemilosrdného boje ze strany konkurenčních firem. Z tohoto důvodu by každý začínající podnikatel měl důkladně zmapovat celé své území působnosti, aby si vytvořil seznam všech konkurentů včetně jejich strategie a cílového segmentu zákazníků. Na základě zjištěných informací by měl zaujmout strategické stanovisko a počínat si na trhu tak, aby se vyhnul chybám konkurence a zaplnil nalezenou mezeru na trhu.

Dále je na základě provedené analýzy, vybrána oblast podnikání, kterou se stal cestovní ruch. Náplní zpracovaného podnikatelského plánu bylo určení možnosti realizovatelnosti nové cestovní agentury na Prostějovsku. Z výsledků finanční analýzy, swot analýzy a průzkumu trhu se domnívám, že tato společnost má velkou šanci na úspěch. Ovšem neměla by ve svém vývoji zaostat a pořád se snažit pronikat na další trhy okolních měst prostřednictvím nových provozoven. Způsoby jak by tohoto úspěchu mohli dosáhnout, je několik. Mohou se například zaměřit na stále zlepšování nabídky služeb a jejich komplexnosti, využívat nových obchodních partnerů či investovat více finančních prostředků do propagace. Jednoduše shrnuto: prostě se neustále snažit být lepší jak konkurence.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- [2] JOSKOVÁ, Lucie a Pavel PRAVDA. *Obchodní zákoník 2012: úplné znění s úvodním komentářem: právní stav k 1. 1. 2012*. 8. vyd. Praha: Grada, 2012, 112 s. ISBN 978-80-247-4030-0.
- [3] KLANG, Miloš. *Obchodní společnosti: průvodce právní úpravou v ČR*. 1. vyd. Praha: Arch, 2004, 93 s. ISBN 80-861-6590-6.
- [4] KORÁB, Vojtěch. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, c2007, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [5] KORÁB, Vojtěch. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2005, 252 s. ISBN 80-251-0592-X.
- [6] SEDLÁČEK, Jaroslav. *Finanční analýza podniku*. 2. aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 2011, 152 s. ISBN 978-80-251-3386-6.
- [7] SEDLÁČKOVÁ, Helena. *Strategická analýza*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006, 121 s. ISBN 80-717-9367-1.
- [8] SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 194 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
- [9] SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2007, 241 s. ISBN 978-802-4512-631.
- [10] ŠVANDOVÁ, Eva. *Ekonomika malých a středních podniků*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008, 113 s. Svět environmentálních souvislostí. ISBN 978-80-210-4615-3.
- [11] VEBER, Jaromír. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 304 s. Svět environmentálních souvislostí. ISBN 80-247-1069-2.
- [12] VESELÝ, Ivo a Eva WOJNAROVÁ. *Zpracováváme podnikatelský plán: (zásady, praktické rady, podpory podnikání)*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita, 2000, 78 s. ISBN 80-724-8079-0.

Internetové zdroje:

- [13] Český statistický úřad – ekonomické subjekty zapsané v RES k 31. 12. 2011 [online]. [cit. 2012-04-04]. Dostupné z: [http://www.olomouc.czso.cz/xm/redakce.nsf/bce41ad0daa3aad1c1256c6e00499152/67c517689b1f4a9cc12579a0002d71f7/\\$FILE/RES_2011.pdf](http://www.olomouc.czso.cz/xm/redakce.nsf/bce41ad0daa3aad1c1256c6e00499152/67c517689b1f4a9cc12579a0002d71f7/$FILE/RES_2011.pdf)
- [14] Masarykova univerzita – Bakalářská práce: Strategie zakládání malé firmy v oblasti sportu [online]. [cit. 2012-05-14] Dostupné z: http://is.muni.cz/th/171942/fsps_b/Bakalarska_prace-finalni_verze_Strategie_zakladani_male_firmy_v_oblasti_sportu-_karel_Freiberger.txt
- [15] Vymezení MSP a postupů pro zařazování podnikatelů do jednotlivých kategorií [online]. [cit. 2012-04-14] Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/files/dokumenty/Definice-MSP-010509.pdf>
- [16] Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2010 [online]. [cit. 2012-04-04] Dostupné z: <http://download.mpo.cz/get/44606/50107/581082/priloha001.doc>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CA	Cestovní agentura
CK	Cestovní kancelář
CZ - NACE	Statistická klasifikace ekonomických činností – z francouzského názvu Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Européennes
Č.	číslo
ČSÚ	Český statistický úřad
ČR	Česká republika
ES	Evropské společenství
HM	Hrubá mzda
IČO	Identifikační číslo
Kč	Koruna česká
Ks	kus
mil.	milion
mld.	miliarda
MSP	Malé a střední podniky
Odst.	Odstavec
OK	Olomoucký kraj
OR	Obchodní rejstřík
RES	Registr ekonomických subjektů
Sb.	Sbírka
SP	Sociální pojištění
tis.	tisíc
tj.	to je
tzn.	to znamená
ZP	zdravotní pojištění

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Graf vývoje počtu aktivních subjektů MSP v ČR v letech 2000 – 2010	30
Obrázek 2 Graf vývoje počtu zaměstnanců MSP v ČR v letech 2000 – 2010	31
Obrázek 3 Graf podílu subjektů v Olomouckém kraji dle převažující činnosti CZ-NACE k 31. 12. 2011	46
Obrázek 4 Graf plánovaných tržeb v roce 2012	61
Obrázek 5 Graf plánovaných tržeb v dalších letech	61

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 SWOT analýza	36
Tabulka 2 Počty jednotek v RES dle územního členění a vybraných právních forem (stav k 31. 12. 2011)	43
Tabulka 3 Ekonomické subjekty v Olomouckém kraji dle právních forem v letech 2010 a 2011.....	44
Tabulka 4 Počty jednotek v RES dle převažující činnosti CZ-NACE v Olomouckém kraji a jeho okresech (stav k 31. 12. 2011)	45
Tabulka 5 Porovnání nabídek konkurenční cestovní agentur a kancelářů v blízkém okolí	51
Tabulka 6 Příklady některých stálých dodavatelů	54
Tabulka 7 Vklady vložené do společnosti a výše obchodního podílu	55
Tabulka 8 Zahajovací rozvaha společnosti k 1. 1. 2012 (v Kč)	55
Tabulka 9 Jednorázové náklady spojené se založením společnosti v (Kč)	56
Tabulka 10 Finanční investice (v Kč)	56
Tabulka 11 Kalkulace měsíčních nákladů na chod kanceláře (v Kč)	57
Tabulka 12 Kalkulace měsíčních mzdových nákladů (v Kč)	58
Tabulka 13 Výpočet odpisů (v Kč)	58
Tabulka 14 Plánované náklady na propagaci (v Kč)	59
Tabulka 15 Plánované celkové náklady v jednotlivých letech (v Kč)	59
Tabulka 16 Plánované tržby v roce 2012 (v Kč)	60
Tabulka 17 Plánované tržby v dalších letech (v Kč)	61
Tabulka 18 Výkaz zisku a ztrát (v tis. Kč)	62
Tabulka 19 Výpočet Cash Flow v letech 2012 až 2014 – optimistická varianta (v tis. Kč)	63
Tabulka 20 Výpočet Cash Flow v letech 2012 až 2014 – realistická varianta (v tis. Kč) ...	64
Tabulka 21 Výpočet Cash Flow v letech 2012 až 2014 – pesimistická varianta (v tis. Kč)	64

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P 1 Dotazník	74
Příloha P 2 Společenská smlouva	76

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

- 1) Vaše věková skupina:
 - a) 15-25
 - b) 26-40
 - c) 41-55
 - d) 56-65
 - e) 66 a více

- 2) Místo vašeho bydliště:
 - a) Prostějov a okolí
 - b) jiná oblast bydliště

- 3) Kde trávíte svou dovolenou:
 - a) v tuzemsku
 - b) v zahraničí

- 4) Preferujete:
 - a) aktivní dovolenou
 - b) relaxační dovolenou
 - c) poznávací dovolenou
 - d) dobrodružnou dovolenou
 - e) dovolenou s kompletními službami

- 5) V jakém ročním období nejraději jezdíte na dovolenou?
 - a) v létě
 - b) v zimě
 - c) v létě i zimě

- 6) Kolikrát ročně jezdíte nebo trávíte dovolenou jinak než doma? (otevřená otázka)

- 7) Jakou délku dovolené preferujete?
 - a) 1 - 2 dny
 - b) 2 - 5 dní
 - c) 6 - 7 dní
 - d) 8 - 10 dní
 - e) delší
 - f) jinak

- 8) V jaké cenové relaci se pohybují Vaše náklady na dovolenou?
- a) 0-5 000 Kč
 - b) 5 001-10 000 Kč
 - c) 10 001-20 000 Kč
 - d) 20 001-30 000 Kč
 - e) 30 001 Kč a víc
- 9) Využíváte při výběru dovolené služeb CA?
- a) ano
 - b) ne
- 10) Jaké služby CA využíváte? (více odpovědí)
- a) nákup letenek a jízdenek
 - b) zajištění ubytování
 - c) zprostředkování zájezdů CK
 - d) pronájem automobilu
 - e) cestovní pojištění
 - f) vyřízení cestovních víz
- 11) Uvítali byste CA ve Vašem okolí, která by zajišťovala komplexní služby?
- a) ano
 - b) spíše ano
 - c) spíše ne
 - d) ne

PŘÍLOHA P II: SPOLEČENSKÁ SMLOUVA

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:

Hana Dvorská, bytem Hluchov 80, 79841 Kostelec na Hané nar. 28. 3. 1987

a

Marek Tohmanský, bytem Olomoucká 42, 79601 Prostějov nar. 30. 12. 1985

dohodli o

založení společnosti s ručením omezeným.

Článek I.

Obchodní název, sídlo

1. Obchodní název společnosti: TyTam, s.r.o.

2. Sídlo společnosti: náměstí T. G. Masaryka 27, 79601 Prostějov

Článek II.

Předmět podnikatelské činnosti

Předmětem podnikání společnosti je : - provozování cestovní agentury
- zprostředkování obchodu a služeb

Článek III.

Základní jmění, obchodní podíly

1. Hodnota základního jmění společnosti je 600.000,- Kč (slovy Šestsetticíc korun českých).

2. Vklady společníků:

Hana Dvorská 300.000,-Kč - výše obchodního podílu činí 50 %

Marek Tohmanský 300.000,-Kč - výše obchodního podílu činí 50 %

3. Zakladatelé se zavazují splatit před podáním návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku 100 % svých vkladů, a to u peněžního ústavu Komerční banka, a.s. na vinkulovaný účet zřízený za tímto účelem.

4. Vklady společníků se stávají majetkem společnosti dnem zápisu společnosti do obchodního rejstříku.

5. Správou vkladů je pověřena Hana Dvorská.

6. 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.

Valná hromada jmenuje jednoho nebo více jednatelů, přičemž jim upraví způsob jednání a jejich pravomoci. Prvním jednatelem je Hana Dvorská, bytem Hluchov 80, 79841 Kostelec na Hané, narozena 28. 3. 1987, druhým jednatelem je Marek Tohmanský, bytem Olomoucká 42, 79601 Prostějov narozen 30. 12. 1985.

b) Valná hromada zasedá podle potřeb, minimálně však 1x ročně.

c) Do působnosti valné hromady přísluší vše podle ustanovení obchodního zákoníku.

d) Valná hromada si může vyhradit právo rozhodovat o otázkách, které jinak náleží do pravomoci jiných orgánů společnosti.

e) Každý společník má jeden hlas za každé 1 % svého obchodního podílu.

f) Valnou hromadu svolává písemnou pozvánkou s uvedením pořadu jednání jednatel a to tak, aby pozvánka byla doručena alespoň 15 dnů předem.

g) Usnesení valné hromady může být ve výjimečných případech nahrazeno písemným prohlášením všech společníků, že se zamýšleným rozhodnutím souhlasí. Takovéto rozhodnutí musí být pojata 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.

h) 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) Jednatele jmenuje valná hromada a stanovuje 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 podávájí 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 10 % čistého zisku, avšak ne víc jak 5 % základního kapitálu. Rezervní fond se doplňuje přídělem 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 31. 12. příslušného roku s tím, že bude předložena valné hromadě do 31. 1. 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 Prostějově dne 10. 12. 2011

.....

.....