



Ekonomická  
fakulta  
Faculty  
of Economics

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Ekonomická fakulta  
Katedra regionálního managementu

Bakalářská práce

# Podnikatelský záměr zvolené společnosti

Vypracovala: Veronika Čapková  
Vedoucí práce: doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová  
České Budějovice 2015



**ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Veronika ČAPKOVÁ**  
Osobní číslo: **E11603**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Podnikatelský záměr zvolené společnosti**  
Zadávající katedra: **Katedra regionálního managementu**

**Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :**

**Cíl práce:**

Cílem práce bude návrh optimálního podnikatelského plánu na založení konkrétního podniku zaměřeného na nákup a prodej zboží. Dílčím cílem práce bude zanalyzování prvního roku fungování dané společnosti a vypracování kompletní dokumentace. Práce se zaměří na činnosti, které souvisí se založením podniku a bude se zabývat pojmem společnost s ručením omezeným.

**Metodika práce:**

Bakalářská práce je zaměřena na analyzování zvoleného odvětví v oblasti nákupu a prodeje a na základě těchto podkladů sestavení podnikatelského záměru pro konkrétní podnikatelský subjekt. V práci budou použity analytické metody, logické a komparační s využitím analýzy statistických údajů. Podnikatelský záměr v předepsané struktuře bude doplněn příslušnou kvantitativní dokumentací.

**Rámcová osnova:**


1. Úvod, 2. Cíle a metodika, 3. Literární přehled, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Návrhová část, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: dle potřeby  
Rozsah pracovní zprávy: 40 - 50 stran formátu A4  
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná  
Seznam odborné literatury:

1. Fotr, J., & Souček, I. (2005). Podnikatelský záměr a investiční rozhodování: feasibility study, hodnocení ekonomické efektivity projektu, analýza a řízení rizika, flexibilita projektu a aplikace reálných opcí, tvorba investičního programu firmy. (1. vyd., 356 s.) Praha: Grada Publishing.
2. Srpová, J., & Žehoř, V. (2010). Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. (1. vyd., 427 s.) Praha: Grada.
3. Grasseová, M., Dubec, R., & Horák, R. (2008). Procesní řízení ve veřejném i soukromém sektoru: jakými kroky zavést do organizace procesní řízení, monitorujeme výkonnost procesů a stanovujeme jejich zlepšování, analýzy, které nám usnadní rozhodování. (Vyd. 1., v, 266 s.) Brno: Computer Press.
4. Fotr, J. (1995). Podnikatelský plán a investiční rozhodování. (1. vyd., 178 s.) Praha: Grada Publishing.
5. Veber, J., & Srpová, J. (2005). Podnikání malé a střední firmy: pro všechny podnikatele a manažery : od podnikatelského záměru k zahájení podnikání, jak úspěšně řídit malou i větší firmu, programy podpory podnikání. (1. vyd., 304 s.) Praha: Grada Publishing.
6. Bednářová, D., & Škodová-Parmová, D. (2010). Malé a střední podnikání. (Vyd. 2. rozš., 146 s.) České Budějovice: Jihočeská univerzita, Ekonomická fakulta.
7. Parmová, D. (2004). Řízení služeb: přednášky (1.vyd.) České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta.
8. Storbacka, K., & Lehtinen, J. (2002). řízení vztahů se zákazníky (1.vyd.). Praha: Grada Publishing
9. Česká republika. Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích s účinností od 1.1.2014. (Vyd. 1., 288 s.). Ostrava: Sagit.

Vedoucí bakalářské práce: doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová  
Katedra regionálního managementu

Datum zadání bakalářské práce: 1. prosince 2013  
Termín odevzdání bakalářské práce: 17. dubna 2015

  
doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.  
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13 (25)  
370 05 České Budějovice

  
doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 16. března 2015

## PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Třeboni dne 5. 4. 2015

.....  
Čapková Veronika

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala doc. Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za cenné připomínky a odborné rady. Dále jí děkuji za čas, který mi věnovala.

## Obsah

1. Úvod.....	3
2. Cíle a metodika .....	5
2.1. Cíl práce .....	5
2.2. Metodika práce.....	5
2.3. Hypotézy .....	6
3. Literární rešerše .....	7
3.1. Základní pojmy .....	7
Podnikání .....	7
Podnikatel .....	7
Podnik .....	9
3.2. Význam malých a středních firem .....	10
3.3. Právní formy podnikání.....	10
Živnost .....	11
Obchodní korporace – obecná ustanovení .....	11
3.4. Společnost s ručením omezeným .....	13
Změny .....	13
Nové náležitosti .....	14
3.5. Formy spolupráce podniků.....	18
3.6. Výhody a nevýhody vlastního podniku vůči zaměstnaneckému poměru .....	19
3.7. Důvody zániku malých firem.....	19
3.8. Podnikatelský plán/záměr .....	20
Definice.....	21
Účel.....	21
Zásady pro vypracování.....	21
Struktura.....	22
Náležitosti .....	22

Finanční plán.....	23
3.9. Průzkum trhu.....	23
3.10. Řízení vztahů se zákazníky .....	24
3.11. Finanční analýza .....	27
Rozvaha .....	27
Výkaz zisku a ztráty.....	28
Příloha.....	28
Cash Flow .....	28
4. Praktická část .....	32
4.1. Podnikatelský záměr .....	32
5. Provedení analýzy.....	43
5.1. Umístění podniku .....	43
5.2. Prodej .....	44
5.3. Personál .....	46
5.4. Financování podniku.....	46
5.5. Ověření hypotéz .....	49
6. Návrhová část .....	50
7. Závěr .....	52
8. Summary.....	53
9. Použitá literatura .....	54
10. Seznam grafů, tabulek a vzorců.....	56
11. Přílohy.....	57



# 1. Úvod

Než začneme podnikat a plnit si tak například naše sny, měli bychom se zamyslet, jestli zrovna naše podnikání bude úspěšné? Jestli už někdo před námi neměl podobný nápad, který mu buď vyšel a zaujal své místo na trhu, kde už bychom mu nemohli konkurovat nebo ztroskotal hned v počátku jeho podnikání. K tomuto rozhodnutí nám může pomoci kvalitně zpracovaný podnikatelský záměr neboli také podnikatelský plán. Podnikatelský záměr by nám měl přesně specifikovat charakteristiku firmy či organizace, řízení a výsledky, kterých bychom chtěli dosáhnout. Podnikatelský záměr není určen jen pro začínajícího podnikatele, ale i pro případné investory. Díky pečlivě zpracovanému podnikatelskému plánu můžeme získat potřebný kapitál.

Cílem práce bude návrh optimálního podnikatelského plánu na založení konkrétního podniku zaměřeného na nákup a prodej zboží. Dílčím cílem práce bude porovnání reálných výsledků společnosti po prvním roce fungování se zamýšleným podnikatelským plánem, včetně vypracování kompletní dokumentace. Práce se zaměří na činnosti, které souvisí se založením podniku a bude se zabývat pojmem společnost s ručením omezeným.

Práce se v první části bude zabývat teoretickými poznatky. Budou zde vysvětleny základní pojmy, které se týkají podnikání. Jaké zásady dodržovat při zpracování podnikatelského záměru a čeho by se měl začínající podnikatel vyvarovat. V další části se práce zaměří na konkrétní podnikatelský záměr společnosti MODA ČAPEK s.r.o.. Společnost se chce specializovat na prodej obuvi a doplňkového sortimentu, dále chce využívat mezery na trhu, do kterých by mohla proniknout s dalším prodejem a dostat se tak k zákazníkovi blíže.

Před vypracováním podnikatelského záměru je nutné provést marketingový výzkum. Výzkum by měl být zaměřen na získání informací o obchodech s obuví, které v daném regionu působí. Dále by se měl zaměřit na potencionální zákazníky, zda by o tento obchod v dané lokalitě měli zájem. Na základě těchto dat se můžeme rozhodnout, zda bude vhodné otevřít obchod v dané lokalitě či nikoliv.

Zda bude podnikatelský záměr uskutečnitelný a zda budou navráceny veškeré investice, ukáže až realizace samotného projektu. Samozřejmě kvalitně zpracovaný podnikatelský

záměr není zárukou úspěšného podnikání, podnikatelský záměr může být během podnikání upraven a doplněn, tak aby odpovídal aktuální situaci na trhu. Zahájení vlastního podnikání s sebou nese velké riziko a v dnešní době je nutné dobře pochopit trh, sledovat okolí, pružně reagovat na změny a snažit se vyjít vstříc svým budoucím zákazníkům.

## **2. Cíle a metodika**

### **2.1. Cíl práce**

Cílem práce bude návrh optimálního podnikatelského plánu na založení konkrétního podniku zaměřeného na nákup a prodej zboží. Dílčím cílem práce bude porovnání reálných výsledků společnosti po prvním roce fungování se zamýšleným podnikatelským plánem, včetně vypracování kompletní dokumentace.

Práce se zaměří na činnosti, které souvisí se založením podniku a bude se zabývat pojmem společnost s ručením omezeným.

Před vypracováním podnikatelského záměru je nutné provést marketingový výzkum. Výzkum by měl být zaměřen na získání informací o obchodech s obuví, které v daném regionu působí. Dále by se měl zaměřit na potencionální zákazníky, zda by o tento obchod v dané lokalitě měli zájem. Na základě těchto dat se můžeme rozhodnout, zda bude vhodné otevřít obchod v dané lokalitě či nikoliv.

### **2.2. Metodika práce**

Bakalářská práce je zaměřena na analyzování zvoleného odvětví v oblasti nákupu a prodeje a na základě těchto podkladů sestavení podnikatelského záměru pro konkrétní podnikatelský subjekt. V práci budou použity analytické metody, logické a komparační s využitím analýzy statistických údajů. Podnikatelský záměr v předepsané struktuře bude doplněn příslušnou kvantitativní dokumentací.

Práce se zdroji bude rozdělena do fáze vyhledávání zdrojů a studium literatury, získání a shromáždění informací, analýza informací a následně bude provedeno vyhodnocení a závěr.

Finanční plán bude sestaven z finančních výkazů, které zahrnují plánovaný výkaz zisků a ztrát a plánovanou rozvahu. Dále budou vypočítány vybrané ukazatele rentability, likvidity, aktivity a zadluženosti.

## **2.3. Hypotézy**

V následujícím textu budou stanoveny hypotézy pro praktickou část bakalářské práce.

Hypotéza H1:

Společnost v prvním roce hospodaření vytvoří ztrátu maximálně 150 000 Kč.

Hypotéza H2:

Celkové tržby v kamenném obchodě budou vyšší než v internetovém obchodě.

Hypotéza H3:

Celkový obrat tržeb nepřesáhne za první rok podnikání 1 mil. Kč.

## 3. Literární rešerše

### 3.1. Základní pojmy

#### Podnikání

Pojem „**podnikání**“ [enterprise] v posledních patnácti letech zcela zdomácněl v běžném slovníku, nicméně jeho interpretace není tak jednoduchá:

- *Ekonomické pojetí* – podnikání je zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty.
- *Psychologické pojetí* – podnikání je činnost motivovaná potřebou něco získat, něco dosáhnout, vyzkoušet si něco, něco splnit. Podnikání v tomto pohledu je prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislosti, postavení se na vlastní nohy apod.
- *Sociologické pojetí* – podnikání je vytvářením blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytváření pracovních míst a příležitostí.
- *Právnícké pojetí* – podnikání se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. (Veber & Srpová a kol., 2005)

#### Podnikatel

Dle občanského zákoníku č. 89/2012 Sb., § 420 - 422 podnikatelem je:

Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.

Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely § 1963 se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou

činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.

Za podnikatele se považuje osoba zapsaná v obchodním rejstříku. Za jakých podmínek se osoby zapisují do obchodního rejstříku, stanoví jiný zákon.

Má se za to, že podnikatelem je osoba, která má k podnikání živnostenské nebo jiné oprávnění podle jiného zákona.

Podnikatel, který nemá obchodní firmu, právně jedná při svém podnikání pod vlastním jménem; připojí-li k němu dodatky charakterizující blíže jeho osobu nebo obchodní závod, nesmí být klamavé.

Dle občanského zákoníku č. 89/2012 Sb., § 423 - 428 obchodní firma je:

Obchodní firma je jméno, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku. Podnikatel nesmí mít víc obchodních firem.

Ochrana práv k obchodní firmě náleží tomu, kdo ji po právu použil poprvé. Kdo byl dotčen ve svém právu k obchodní firmě, má stejná práva jako při ochraně před nekalou soutěží.

Obchodní firma nesmí být zaměnitelná s jinou obchodní firmou ani nesmí působit klamavě.

Člověk se zapíše do obchodního rejstříku pod obchodní firmou tvořenou zpravidla jeho jménem. Změní-li se jeho jméno, může používat v obchodní firmě i nadále své dřívější jméno; změnu jména však uveřejní.

Zapíše-li se člověk do obchodního rejstříku pod jinou obchodní firmou než pod svým jménem, musí být zřejmé, že nejde o obchodní firmu právnické osoby.

Je-li více obchodních závodů několika podnikatelů spojeno do podnikatelského seskupení, mohou jejich jména nebo obchodní firmy obsahovat shodné prvky; veřejnost však musí být schopna je odlišit.

Kdo nabude obchodní firmu, má právo ji používat, pokud k tomu má souhlas svého předchůdce nebo jeho právního nástupce; vyžaduje se však, aby k obchodní firmě připojil údaj vyjadřující právní nástupnictví.

Při přeměně právnické osoby přejde obchodní firma na právního nástupce, pokud s tím souhlasí; souhlas jiné osoby se nevyžaduje. Má-li právnická osoba více právních

nástupců a neurčí-li se, na kterého z nich obchodní firma přechází, nepřejde obchodní firma na žádného z nich.

Odvolat souhlas s užitím svého jména v obchodní firmě právnické osoby má právo ten, kdo k tomu má tak závažný důvod, že po něm nelze spravedlivě požadovat, aby jeho jméno bylo v obchodní firmě využíváno; takovým důvodem může být zejména změna převažující povahy podnikání právnické osoby nebo změna vlastnické struktury obchodní korporace. Za těchto podmínek má právo odvolat souhlas i právní nástupce osoby, která souhlas udělila.

## **Podnik**

Od podnikání a podnikatele je jen malý krůček k pojmu **podnik**. I v tomto případě existuje řada výkladů, které závisí na hledisku, podle něhož je tento pojem interpretován:

- **Nejobecněji** je podnik chápán jako subjekt, ve kterém dochází k přeměně vstupů na výstupy.
- **Obsáhleji** je podnik vymezen jako ekonomicky a právně samostatná jednotka, která existuje za účelem podnikání. S ekonomickou samostatností, která je projevem svobody v podnikání, souvisí odpovědnost vlastníků za konkrétní výsledky podnikání. Právní samostatností rozumíme možnost podniku vstupovat do právních vztahů s jinými tržními subjekty, uzavírat s nimi smlouvy, ze kterých pro něj vyplývají jak práva, tak povinnosti.
- **Právně** je podnik definován jako soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit [obchodní zákoník]. (Srpková & Řehoř a kol., 2010)

### 3.2. Význam malých a středních firem

Podle Vebera, Srpové a kol. (2005) mají malé a střední podniky dva přínosy, a to společenský a ekonomický. *Ekonomickým přínosem* je flexibilita, pohotové přizpůsobování se měnícím se skutečnostem. Malé firmy se snaží o hledání co nejvýhodnějšího uplatnění na lokálním trhu např. tím, že vyhoví individuálním přáním. *Společenským přínosem* je samotná existence malých a středních firem. Dávají šanci k svobodnému uplatnění občanů – podnikatelů, dávají šanci k samostatné realizaci lidí v produktivním procesu. Stabilizují společnost. Mnohé malé provozovny (drobné krámky, kavárny, provozovny služeb) dotvářejí urbanizaci měst a vesnic, ožívují prostor, udržují či obnovují historickou architekturu.

Dle Ministerstva průmyslu a obchodu podnikatelskou činnost k 31. 12. 2013 v ČR vykonávalo celkem 1 124 910 právnických a fyzických osob. **Podíl malých a středních podniků** na celkovém počtu aktivních podnikatelských subjektů **v roce 2013 byl 99,83 %**. Podíl zaměstnanců malých a středních podniků na celkovém počtu zaměstnanců podnikatelské sféry v ČR v roce 2013 činil 60%. **V roce 2013 došlo k meziročnímu zvýšení vývozu malých a středních podniků o 75 485 mil. Kč, tj. o 4,7 %**. Podíl malých a středních podniků na celkovém dovozu v roce 2013 byl 58,4 % a podíl malých a středních podniků na celkovém vývozu byl 53,6 %. Ministerstvo zahraničních věcí v roce 2013 realizovalo 50 projektů na podporu ekonomické diplomacie v hodnotě 3,751 mil. Kč. Tento program je primárně zaměřen na pomoc malým a středním podnikům při jejich vstupu na zahraniční trhy.

### 3.3. Právní formy podnikání

Začínající podnikatel by si měl ještě před zahájením podnikání rozmyslet, jaký typ podniku by chtěl vybudovat a s jakou perspektivou. Půjde o rodinný podnik, který se bude předávat z generace na generaci? Nebo raději bude podnikat sám, případně se společníkem? Bude podnikat proto, aby si vydělal na živobytí, nebo chce postupně vybudovat velký podnik? Od tohoto rozhodnutí se potom bude odvíjet volba právní formy, způsob financování i řízení podniku. (Srpová & Řehoř a kol., 2010)



## **Živnost**

Podnikání na základě živnosti nám upravuje zákon o živnostenském podnikání 455/1991 Sb. a definuje živnost: „*Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a podmínek stanovených tímto zákonem*“

Dle Srpové, Řehoře a kol., (2010) mezi specifika živnostenského podnikání patří:

- Forma podnikání vhodná pro začínající podnikatele nebo pro ty, kteří v této činnosti nespátřují hlavní zdroj svých příjmů.
- Zahájit podnikání se dá téměř okamžitě, není potřebné vykonávat mnoho úředních úkonů.
- Dá se zahájit bez složení základního kapitálu na účet.
- Postačuje vedení daňové evidence, pokud obrat podnikatele podle zákona o dani z přidané hodnoty včetně plnění osvobozených od této daně, jež nejsou součástí obratu, v rámci jejich podnikatelské činnosti nepřesáhl za bezprostředně předcházející kalendářní rok částku 25 mil. Kč.
- Podnikatel za své závazky ručí celým svým majetkem.
- Smrtí podnikatele se podnik nedědí.

## **Obchodní korporace – obecná ustanovení**

Dne 1. 1. 2014 vstoupil v platnost nový zákon o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb. a nahradil předchozí zákon týkající se obchodních společností: Obchodní zákoník - zákon č. 513/1991 Sb.

### ***Veřejná obchodní společnost dle § 95***

Veřejná obchodní společnost je společnost alespoň dvou osob, které se účastní na jejím podnikání nebo správě jejího majetku a ručí za její dluhy společně a nerozdílně. V případě, kdy je společníkem právnická osoba, vykonává společnická práva a povinnosti jí pověřený zmocněnec, kterým může být pouze fyzická osoba.

Společníkem nemůže být ten, na jehož majetek byl v posledních 3 letech prohlášen konkurs, nebo byl návrh na zahájení insolvenčního řízení zamítnut pro nedostatek

majetku, anebo byl konkurs zrušen proto, že je jeho majetek zcela nepostačující; kdo tento zákaz poruší, se společníkem nestane, i když společnost vznikne.

### ***Komanditní společnost § 118 - 119***

Komanditní společnost je společnost, v níž alespoň jeden společník ručí za její dluhy omezeně (dále jen "komanditista") a alespoň jeden společník neomezeně (dále jen "komplementář").

Firma obsahuje označení "komanditní společnost", které může být nahrazeno zkratkou "kom. spol." nebo "k. s.". Komanditista, jehož jméno je uvedeno ve firmě, ručí za dluhy společnosti jako komplementář. Ustanovení § 95 odst. 3 se na postavení komanditistů nepoužije, ledaže společenská smlouva určí jinak.

Pokud ze společných ustanovení části druhé a této hlavy zákona neplyne něco jiného, použijí se na komanditní společnost přiměřeně ustanovení o veřejné obchodní společnosti.

### ***Společnost s ručením omezeným § 132 - 133***

Společnost s ručením omezeným je společnost, za jejíž dluhy ručí společníci společně a nerozdílně do výše, v jaké nesplnili vkladové povinnosti podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku v době, kdy byli věřitelem vyzváni k plnění.

Firma obsahuje označení "společnost s ručením omezeným", které může být nahrazeno zkratkou "spol. s r.o." nebo "s.r.o.".

Podíl společníka ve společnosti s ručením omezeným se určuje podle poměru jeho vkladu na tento podíl připadající k výši základního kapitálu, ledaže společenská smlouva určí jinak.

### ***Akciová společnost § 243 - 246***

Akciovou společností je společnost, jejíž základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií. Firma obsahuje označení "akciová společnost", které může být nahrazeno zkratkou "akc. spol." nebo "a.s.".

Společnost zachází za stejných podmínek se všemi akcionáři stejně. K právním jednáním, jejichž účelem je nedůvodné zvýhodnění jakéhokoliv akcionáře na úkor společnosti nebo jiných akcionářů, se nepřihlíží, ledaže tento zákon stanoví jinak nebo by to bylo na újmu třetím osobám, které na takováto právní jednání v dobré víře spoléhaly.

Účastnickými cennými papíry jsou cenné papíry vydané společností, se kterými je spojen podíl na základním kapitálu nebo hlasovacích právech v této společnosti, a dále cenné papíry vydané společností, se kterými je spojeno právo takové cenné papíry získat.

Základní kapitál se vyjadřuje v českých korunách. V případě, že akciová společnost vede podle zvláštního zákona účetnictví v eurech, může vyjádřit základní kapitál v eurech. Výše základního kapitálu akciové společnosti je alespoň 2 000 000,- Kč, nebo 80 000,- EUR.

### **Družstvo § 552**

Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob, které je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů nebo třetích osob, případně za účelem podnikání. Družstvo má nejméně 3 členy.

Firma obsahuje označení "družstvo".

## **3.4. Společnost s ručením omezeným**

### **Změny**

V předchozí části jsem již zmiňovala, že obchodní zákoník nahradil zákon o obchodních korporacích, který vešel v platnost 1. 1. 2014 a přinesl s sebou mnohé změny.

Dříve se společnost zakládala se základním kapitálem 200.000,- Kč a jednotlivé podíly společníků byli uvedeny ve společenské smlouvě. Nyní lze založit společnost se základním kapitálem 1,- Kč. Vklad může být nadále peněžitý i nepeněžitý. Nepeněžitý vklad ocení znalec, odměnu znaleci hradí firma a nově nebude nutné, aby byl znalec za tímto účelem jmenován soudem.

Zákon nově požaduje, aby společenská smlouva obsahovala některé nové náležitosti, které dosud ve společenské smlouvě být nemusely. Jde zejména o určení **druhů podílů, označení podílů, určení počtu jednatelů a uvedení osoby znalce na ocenění nepeněžitého vkladu.**

Dále již zákon nevyžaduje povinné vytváření rezervního fondu. Dosud vytvořené rezervní fondy lze rozpustit. Zákon umožňuje společnosti **vyplácet zálohy na výplatu podílu na zisku**. **Nelze použít rezervní fond.**

### **Nové náležitosti**

Určení podílu společníka na základě kmenového listu, může být povoleno i více podílů pro jednoho společníka a převoditelnost není omezena. Kmenový list je cenný papír, který nemůže být veřejně nabízen na trhu. Pokud byl vydán hromadný kmenový list, obsahuje navíc také údaj o tom, kolik kmenových listů nahrazuje, a označení podílů, které nahrazuje.

Kmenový list obsahuje:

- označení, že se jedná o kmenový list,
- jednoznačnou identifikaci společnosti,
- výši vkladu připadající na podíl,
- jednoznačnou identifikaci společníka,
- označení podílu, k němuž je kmenový list vydán, a
- označení kmenového listu, jeho číslo a podpis jednatele nebo jednatelů. Podpis může být nahrazen jeho otiskem, pokud jsou na listině současně použity ochranné prvky proti jejímu padělání nebo pozměnění.

Společníci se zapisují do seznamu společníků, který vede společnost. Zapisuje se jméno, bydliště, podíl, odpovídající výše vkladu, počet hlasů a povinnost přispět na vytvoření vlastního kapitálu peněžitými či nepeněžitými prostředky. Přestane-li společník být společníkem, společnost jej ze seznamu společníků bez zbytečného odkladu vymaže.

Společenská smlouva obsahuje:

- firmu společnosti,
- předmět podnikání nebo činnosti společnosti,
- určení společníků uvedením jména a bydliště nebo sídla,
- určení druhů podílů každého společníka a práv a povinností s nimi spojených,
- dovoluje-li společenská smlouva vznik různých druhů podílů,
- výši vkladu nebo vkladů připadajících na podíl nebo podíly, včetně lhůty pro splnění
- výši základního kapitálu a
- počet jednatelů a způsob jejich jednání za společnost
- určení správce vkladů a u nepeněžitého vkladu - popis, ocenění, částku, kterou se započítává na emisní kurs, a určení osoby znalce, který provede ocenění nepeněžitého vkladu.

Společenská smlouva může být nadále měněna dohodou všech společníků. Před podáním návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku se splatí celé vkladové ážio a na každý peněžitý vklad nejméně jeho 30 %.

Společníci mají právo na informace, na valné hromadě i mimo ni může požadovat od jednatelů informace o společnosti. Jednatelé mohou poskytnutí informace zcela nebo zčásti odmítnout jen tehdy, pokud jde o utajovanou informaci podle jiného právního předpisu nebo je požadovaná informace veřejně dostupná.

Společníci se podílejí na zisku určeném valnou hromadou k rozdělení mezi společníky v poměru svých podílů, ledaže společenská smlouva určí jinak. Neurčí-li společenská smlouva nebo valná hromada jinak, vyplácí se podíl na zisku v penězích. Částka k rozdělení mezi společníky nesmí překročit výši hospodářského výsledku posledního skončeného účetního období zvýšenou o nerozdělený zisk z předchozích období a sniženou o ztráty z předchozích období a o příděly do rezervních a jiných fondů v souladu s tímto zákonem a společenskou smlouvou.

Společenská smlouva může určit, že společnost může usnesením valné hromady společníkům uložit povinnost poskytnout peněžitý příplatek. Společenská smlouva určí, jakou výši nesmí příplatky ve svém souhrnu překročit, jinak se k usnesení valné hromady o příplatkové povinnosti nepřihlíží. Společenská smlouva také určí, zda a s

jakými podíly je příplatek spojen. Společník může se souhlasem jednatele společnosti poskytnout příplatek i bez stanovení ve společenské smlouvě. Valná hromada může rozhodnout, že poskytnutý příplatek bude v rozsahu, v jakém převyšuje ztrátu společnosti, vrácen společníkovi.

V další části tohoto zákona, zákon vymezuje pojem valná hromada, svolávání valné hromady, průběh valné hromady a kumulativní hlasování. Společníci mají právo podílet se na řízení společnosti, hlasovat a svolávat valnou hromadu. Dále je přesně specifikováno jaký mají společníci podíl při hlasování a jak má valná hromada probíhat.

Statutárním orgánem společnosti je jeden nebo více jednatelů dle společenské smlouvy. Jednateli přísluší obchodní vedení společnosti. Jednatel zajišťuje řádné vedení předepsané evidence a účetnictví, vedení seznamu společníků a na žádost informuje společníky o věcech společnosti. Dále zákon uvádí další povinnosti jednatele, odstoupení nebo odvolání z funkce a činnosti, které jednatel smí a nesmí provádět.

Společnost zřídí dozorčí radu, určí-li tak společenská smlouva nebo jiný právní předpis. Členem dozorčí rady nemůže být jednatel společnosti nebo jiná osoba oprávněná podle zápisu v obchodním rejstříku jednat za společnost. Neurčí-li společenská smlouva jinak, dozorčí rada

- dohlíží na činnost jednatelů,
- nahlíží do obchodních a účetních knih, jiných dokladů a účetních závěrek a kontroluje tam obsažené údaje,
- podává žalobu a
- podává jednou ročně zprávu o své činnosti valné hromadě.

Zákon specifikuje, za jakých podmínek může být společník vyloučen ze společnosti nebo za jakých podmínek může společník ze společnosti vystoupit.

Dědic se může domáhat zrušení své účasti ve společnosti soudem, pokud tak učiní, nesmí se podílet na činnosti společnosti, ledaže se s ostatními společníky dohodne písemně jinak. Účast dědice ve společnosti nelze zrušit, jedná-li se o jediného společníka.

Podíl společníka, jehož účast zanikla jinak než převodem podílu, se považuje za uvolněný podíl. Uvolněný podíl může společnost prodat, pokud se podíl neprodá lze rozdělit mezi společníky dle společenské smlouvy.

Základní kapitál lze zvýšit nebo snížit a změnu základního kapitálu je třeba zapsat do obchodního rejstříku na základě usnesení valné hromady.

Usnesení valné hromady obsahuje:

- částku, o niž se základní kapitál zvyšuje nebo snižuje,
- lhůtu pro převzetí vkladové povinnosti,
- označení vlastního zdroje nebo zdrojů, z nichž se základní kapitál zvyšuje, v členění podle struktury vlastního kapitálu v účetní závěrce,
- výši vkladu připadající na nový podíl a výši nového podílu, částku zvýšení vkladu připadající na dosavadní podíl a výši tohoto podílu a případné vkladové ážio,
- určení druhu podílů, připadá-li nový vklad společníka na nový podíl, popřípadě
- popis nepeněžitého vkladu a částku, která se započítává na emisní kurs společníka, určenou na základě znaleckého posudku,
- údaj o tom, zda částka odpovídající snížení základního kapitálu bude celá nebo zčásti vyplacena společníkům nebo zda bude prominuta povinnost splnit vkladovou povinnost anebo jakým jiným způsobem bude s touto částkou naloženo,
- lhůtu pro odevzdání kmenového listu nebo pro převzetí nového kmenového listu.

Zvýšení základního kapitálu nemůže být vyšší, než kolik činí rozdíl mezi výší vlastního kapitálu a výší základního kapitálu. V důsledku zvýšení základního kapitálu z vlastních zdrojů se mění výše vkladů společníků v poměru dosavadních vkladů, ledaže společenská smlouva připouští více podílů a valná hromada rozhodla, že vzniká podíl nový. Zvýšení základního kapitálu z vlastních zdrojů je možné pouze tehdy, je-li část účetní závěrky, na základě které valná hromada o zvýšení rozhoduje, ověřena auditorem s výrokem bez výhrad.

V důsledku rozhodnutí o snížení základního kapitálu může dojít také k zániku společníkova vkladu, má-li ještě jiný vklad, nebo jde-li o uvolněný podíl anebo společnost prohlásila jeho kmenový list za neplatný. Valná hromada může se souhlasem

všech společníků rozhodnout, že se jejich vklady sníží nerovnoměrně. V důsledku snížení základního kapitálu společnosti nesmí klesnout výše jednotlivých vkladů společníků pod částku určenou tímto zákonem nebo společenskou smlouvou, ledaže dojde k zániku vkladu.

Dohoda společníků o zrušení společnosti má formu veřejné listiny. Společník se může také domáhat zrušení společnosti u soudu z důvodů a za podmínek určených společenskou smlouvou. Pokud byly vydány kmenové listy, vzniká právo na vyplacení podílu na likvidačním zůstatku jejich vrácením společnosti na výzvu likvidátora. Odevzdané kmenové listy likvidátor neprodleně zničí.

### **3.5. Formy spolupráce podniků**

Nevýhody a problémy se kterými se malé a střední podniky setkávají (malá ekonomická síla v porovnání s velkými podniky; obtížný přístup ke kapitálu, omezený rozsah zkušeností a znalostí management, zejména v oblasti řízení a marketing, horší přístup k odbornému vzdělávání, nižší dostupnost potřebných informací a poradenských služeb atd.), mohou do jisté míry zmírnit různé formy spolupráce. Může jít o následující formy spolupráce:

- Partnerství;
- Podnikatelské sítě;
- Klastry;
- Strategická spojení;
- Pevná spojení.

Pokud chce podnikatel navázat spojení s jinými podnikatelskými subjekty, měl by zohlednit následující body:

- důvod navázání či zapojení do spojení;
- výběr potenciálních partnerů;
- zvolení formy partnerství;
- určení postupu vyjednávání;
- vypracování vhodných dohod či smluv. (Bednářová, Škodová, 2010)



### **3.6. Výhody a nevýhody vlastního podniku vůči zaměstnaneckému poměru**

Dle Vebera, Srpové a kol. (2005) není jednoznačné určení výhod a nevýhod podnikání vůči zaměstnaneckému poměru. Je třeba zvážit, v jaké situaci se potenciální zájemce o podnikání nachází. Pokud má zájemce zaměstnání či nikoliv. Pokud zájemce má zaměstnání s jistotou pracovního místa – je otázka, zda má také jistotu na úspěch, kdyby zaměstnání opustil. Nebo pokud ztratil zaměstnání, může být podnikání vhodným způsobem jak sobě a své rodině zabezpečit finanční prostředky. Je nesporné, že jen výjimečně je podnikání bezproblémové a bezrizikové. V případě, že podnikatel je zaměstnavatelem, má odpovědnost za své pracovníky, za zabezpečení prostředků na jejich mzdy atd. Je velice pravděpodobné, že podnikatel nemůže počítat s pravidelnou osmihodinovou pracovní dobou. Naproti tomu zaměstnanecký poměr přináší méně odpovědnosti a pravidelnou pracovní dobu. Pokud organizace, nemá vážné finanční problémy, může mít zaměstnanec jistotu, že ve výplatním termínu obdrží dohodnutou mzdu.

### **3.7. Důvody zániku malých firem**

Řada odborníků se domnívá, že vysoké procento neúspěchů je cenou, kterou je nutné zaplatit za vybudování nového vzkvétajícího sektoru podnikání – životaschopného a zdravého. Neexistuje bezriziková cesta k ziskovému podnikání. Je však dobré znát dopředu rizika, která nás na této cestě čekají. Někteří z končících podnikatelů přijdou o své životní úspory, jiní skončí zadlužení. Pár šťastlivců přijde pouze o svoji důstojnost a povstanou za několik let znovu z popela jako bájný pták fénix. Využijí získané zkušenosti jako základnu, na které vybudují úspěšný podnik.

Podle Barrowa (1995) nově začínající podniky zanikají z jedenácti základních příčin:

1. Nedostatek zkušeností.
2. Neexistence výrobní nebo obchodní strategie.
3. Přehnaná optimistická představa o velikosti trhu.

4. Podceňování volby vhodného okamžiku pro zahájení podnikání.
5. Nedostatek oběžného kapitálu.
6. Příliš nákladné zahájení podnikání.
7. Důsledky příliš rychlého rozvoje.
8. Podnikatel si plete hotové peníze se ziskem.
9. Špatné sídlo podniku.
10. Chybný výběr a výchova lidí.
11. Nesprávně vedené účetnictví.

### **3.8. Podnikatelský plán/záměr**

Značný význam však má externí uplatnění podnikatelského plánu v případě, že firma hodlá financovat podnikatelský projekt zčásti nebo zcela pomocí cizího kapitálu, případně se uchází o některý druh nenávratné podpory. V tomto případě je totiž třeba přesvědčit poskytovatele kapitálu o výhodnosti nadějnosti podnikatelského projektu, na jehož financování se tento kapitál použije (poskytovatel kapitálu, např. banka, totiž pečlivě zvažuje a hodnotí projekt i firmu z hlediska výnosnosti vložených prostředků, jejich návratnosti i exitujícího podnikatelského rizika) Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán může pak významně podpořit získání potřebného kapitálu.

Podnikatelský plán by měl obsahovat tyto základní části:

- realizační resumé
- charakteristiku firmy a jejích cílů,
- organizaci řízení a manažerský tým,
- přehled základních výsledků a závěrů technicko-ekonomické studie,
- shrnutí a závěry,
- přílohy. (Fotr, 1995)

## **Definice**

Podnikatelský plán je písemný dokument zpracovaný podnikatelem, popisující všechny podstatné vnější i vnitřní faktory související se zahájením podnikatelské činnosti či fungováním existující firmy. Můžeme jej přirovnat k autoatlasu, který by nám měl usnadnit odpovědi na otázky typu: kde jsme, kam se chceme dostat a jak se tam dostaneme. (Veber & Srpová a kol., 2005)

## **Účel**

Podle Vebera, Srpové a kol. (2005) slouží podnikatelský plán především jako plánovací nástroj, podklad pro rozhodovací proces, nástroj kontroly atd., zejména v případech kdy podnikatel firmu zakládá a kdy firma stojí před výraznými změnami, které mohou mít dlouhodobé důsledky na její chod. Někteří podnikatelé dávají stručný výtah z podnikatelského plánu k dispozici zaměstnancům, aby se seznámili se základními cíli firmy a posílila se identita pracovníků s firmou. Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán může také významně přispět k získání potřebného kapitálu.

## **Zásady pro vypracování**

Každý podnikatelský záměr by měl splňovat určité požadavky Fotr (2005) uvádí, že by podnikatelský záměr měl být:

- stručný a přehledný
- jednoduchý a nezacházet do technických a technologických detailů
- demonstrovat výhody produktu či služby pro uživatele a zákazníka
- orientovat se na budoucnost
- realistický a co nejméně optimistický
- nebyť příliš optimistický ani příliš pesimistický z hlediska tržního potenciálu
- nezakrývat slabá místa a rizika projektu
- upozornit na konkurenční výhody projektu, silné stránky a kompetenci manažerského týmu
- prokázat schopnost firmy hradit úroky a splátky a jak získat zpět vynaložený kapitál
- kvalitně zpracován i po formální stránce

## **Struktura**

Dle Vebera a kol. (2000) podnikatelský plán slouží jako strategický návod, taktická příručka i operativní pomůcka pro realizaci podnikatelských záměrů organizace, stejně jako dokument pro externí investory, zapojené do financování projektů. Důležitým momentem je jeho průběžná aktualizace v závislosti na skutečném postupu realizace projektů.

Podnikatelský plán by měl obsahovat tři základní části:

- popis podnikatelského záměru
- ekonomické propočty
- přílohy

## **Náležitosti**

Již existující organizace často do podnikatelského plánu zahrnují více projektů, které hodlají realizovat v určitém plánovacím období. Plán pak zahrnuje jednak nové investiční projekty, jednak projekty nedokončené, jejichž realizace byla zahájena v předchozím plánovacím období a které budou v tomto plánovacím období dokončeny. Dále uvedené členění představuje pouze námět pro případ, že podnikatelský plán je zpracováván pro příjemce mimo organizaci s cílem najít poskytovatele kapitálu nebo zájemce o koupi organizace.

Příklad členění podnikatelského plánu:

1. Obsah
2. Shrnutí
3. Všeobecný popis organizace
4. Klíčové osobnosti a organizace
5. Výrobky a služby
6. Analýza trhu a prognóza obrátu
7. Odbyt
8. Výroba
9. Finanční plán
10. Příloha (Veber a kol., 2000)

## Finanční plán

Podle Vebera a kol. (2000) existuje celá řada způsobů financování podnikatelské plánu a jejich kombinací. Navržená struktura financování by měla být optimální z hlediska nákladů na zdroje na druhé straně z hlediska bezpečnosti (finanční stability). Zdrojem financování podnikatelského plánu může být zisk, odpisy, vklady vlastníků, úvěry, obligace, směnky, leasing, faktoring, forfaiting, tichý společník, rizikový kapitál a projektové financování. Použití jednotlivých zdrojů financování, závisí na velikosti finanční potřeby, podmínky pro získání a splácení zdrojů a především na účelu financování. Důležitým faktorem je také časové období, na které organizace finanční zdroj získává. Podle tohoto hlediska členíme zdroje na dlouhodobé se splatností delší než jeden rok a na krátkodobé s povinností uhradit je do jednoho roku.

### 3.9. Průzkum trhu

Průzkum trhu je odborný termín, používaný k označování procesu sběru, zaznamenávání, třídění a analyzování údajů o zákaznících a ostatních faktorech ovlivňujících poptávku po zboží a službách. Mezi novým podnikem a spotřebitelem existuje široká propast a k jejímu překonání jsou tyto informace životně důležité.

Podnikatelé jsou často odrazováni přísnými požadavky průzkumu trhu. Zpravidla nevědí, jak jej uskutečnit levně. Místo toho se spoléhají na svůj subjektivní úsudek. Propadnou ledovcovému klamu, protože věří, že malý počet zákazníků, se kterými se setkávají, reprezentuje celou masu potenciálních zákazníků. (Barrow, 1995)

Dále podle Barrowa (1995) je třeba znát rozsah možností průzkumu. To co je vhodné pro jeden druh podnikání, může být zcela nevhodné pro jiný druh. Je však třeba si odpovědět na určité otázky:

- Kde hledat svůj trh?
- Jak velký je můj trh?
- Kdo jsou moji konkurenti?
- Jak mám odlišit svůj podnik od konkurence?
- Kolik si mám účtovat?
- Jak má vypadat moje oznámení a ve kterém médiu jej zveřejnit?

Srpová & Řehoř a kol., (2010) navrhuje při uskutečňování průzkumu trhu, že by měla malá firma dodržovat jeho určité obecné zásady. Připomeňme, že jde o proces obsahující čtyři základní kroky:

1. Odpovědný manažer a výzkumník definují problém a cíl výzkumu.
2. Následuje zpracování plánu průzkumu na sběr údajů z primárních a sekundárních zdrojů.
3. Realizace plánu marketingového průzkumu, tj. sběr, zpracování a analýza informací.
4. Interpretace poznatků a zpráva o výsledcích.

Jednou z možností je využití služeb externích agentur specializovaných na uskutečňování marketingového výzkumu. Při rozhodování se mezi vlastními pracovníky a externí agenturou je nutné zvážit mnohé aspekty. Jde především o:

- zdroje
- objektivnost
- cenu
- zkušenosti
- důvěrnost
- konflikt zájmů

### **3.10. Řízení vztahů se zákazníky**

Dle Grasseové (2008) management jakosti je založen na osmi zásadách, které může vrcholové vedení používat pro řízení organizace ke zvyšování výkonnosti. Jedna z osmi zásad managementu jakosti tvořící základ pro normy systému managementu jakosti v rámci souboru ISO 9000 je zaměření na zákazníka.

Pro naplnění principu zaměření na zákazníka je nezbytné:

- Definování zákazníka.
- Zkoumání požadavků zákazníků.
- Stanovení cílů organizace tak, aby byly v souladu s požadavky zákazníků.

- Komunikace požadavků zákazníků se všemi zaměstnanci.
- Rychlé a efektivní splnění požadavků.
- Systematické měření spokojenosti a loajality zákazníků.
- Trvalý rozvoj vztahů se zákazníky.

### ***Customer Relationship Management (CRM)***

Tento typ řízení služeb (a prodeje výrobků) má za svůj cíl usilovat o loajalitu zákazníka a je charakteristický svou snahou o individuální přístup ke všem stálým zákazníkům.

Pro lepší orientaci lze zmínit na úvod tři nejtypičtější **činnosti CRM**:

- a) **sběr dat** o obchodních případech a klientech a **uchovávání** těchto dat v datových skladech;
- b) **propojování** těchto dat (produktů, zákazníků a obchodních případů) a **analyzování** chování zákazníků;
- c) udržování **pružného kontaktu s klientem**;

Podle těchto činností je možné rozlišovat též druhy CRM. **Operativní CRM** se zabývá právě sběrem a uchováváním dat, **analytický CRM** propojuje informace navzájem a na tomto základě formuluje typické chování jednotlivých zákazníků, **kolaborativní CRM** se stará o pružné vztahy se zákazníky a o jejich utužení.

Současné řízení vztahů se zákazníky a vývoj požadavků trhu.

Koncept podnikatele se rozšiřuje o FILOZOFII PÉČE O KLÍČOVÉ ZÁKAZNÍKY. Vzniká tedy **ITVIKCRM (Information Technology Value Image Key Customer Relationship Management)**, který vedle produkované adresné hodnoty klade důraz na image této hodnoty v očích klíčových zákazníků.

I proces řízení vztahů se zákazníky zaznamenal tímto krokem od hodnot k image mnoho změn. Dostal se do **nové a složitější dimenze**, která přinesla následující.

- tvorbu kvalitativně vyšších a strukturovanějších nástrojů a metod;
- vytváření celistvé architektury řízení a ovlivňování vztahů producentů i prodejců hodnot se zákazníky.

Konečným cílem řízení vztahů se zákazníky je v současné době:

**Posunout zákazníka z pozice potenciálního kupujícího v pyramidě budovaných vztahů výše – až do řady loajálních zákazníků a klíčových partnerů.** (Parmová, 2004)

Dle Storbacka a Lehtinena (2002) pro rozvoj hodnoty vztahu jsou v jeho různých fázích potřeba různé nástroje. Níže uvedená tabulka dává přehled o tom, jak se na různých úrovních vztahu mění nástroje řízení a jejich použití.

**Tabulka č. 1: Řízení zákaznických vztahů v jejich různých fázích**

	Navázání vztahu	Rozvíjení vztahu	Ukončení vztahu
<b>Úroveň zákaznické základny</b>	Najít vhodné zákaznické základny a účinné způsoby, jak k nim přistupovat (např. marketing spřízněné skupiny). Základní moment v komunikaci: místo v zákaznickově mysli a srdci (důvěryhodnost).	Seskupování zákaznické základny. Simulace potenciálu. Tvorba týmů zákaznických vztahů pro rozvoj strategie vztahů. Přenos vztahů mezi skupinami.	Různé způsoby řízení interakcí a získání zpětné vazby od zákazníka pro různé strategie. Podíl změny zákaznické základny.
<b>Úroveň zákaznického vztahu</b>	Rozvoj nosných produktů. Dialog, který vede k jednání nebo přímé odezvě.	Rostoucí výnosy vztahu (rostoucí podíl zákazníků a cenová politika), snižování nákladů na vztah rozvíjením struktury vztahu. Upevňování vztahu vytvářením vazeb a pout a zajištěním spokojenosti zákazníka.	Výklad včasných signálů. Profil ztraceného vztahu.
<b>Úroveň epizod (setkání)</b>	Podpůrný program pro nové zákazníky, který umožňuje společností řídit výměnu informací a emocí při prvním setkání. Cílem je zabránit zákazníkovi v pocitu, že ztrácí kontrolu.	Zlepšování efektivity epizod: (1) sdělení scénáře vztahu, (2) vytvoření scenerie epizod. Hodnocení a zlepšování zákaznickovy spokojenosti.	Epizody, v průběhu kterých jsou shromažďovány informace o důvodu ukončení vztahu a je zajištěn „elegantní odchod“. Nápravná opatření v rámci snahy o revitalizaci vztahu.

Zdroj: Storbacka, K., & Lehtinen, J. (2002). *Řízení vztahů se zákazníky*

### **Řízení fáze navázání vztahu**

Společnosti musí hledat cesty pro efektivní přístup k novým skupinám zákazníků. Způsoby tohoto přístupu jsou různé v závislosti na strategii vztahu. Na úrovni epizod je důležité, aby zákazník měl pocit, že má situaci při prvním setkání pod kontrolou. Znamená to často i zapojení podpůrných programů pro nové zákazníky.



### ***Řízení fáze rozvíjení vztahu***

Jakmile začne být vztah rozvíjen, je hlavním cílem seskupit na úrovni zákaznické základny existující vztahy a stanovit jejich potenciální hodnotu. K rozpoznání potenciální hodnoty se využívá analýz, při kterých se napodobují účinky řízení vztahu na jeho hodnotu. Trvání vztahu lze ovlivnit vytvořením vazeb mezi zákazníkem a společnostmi, které budou schopny zvětšit místo společnosti v zákaznickově mysli a srdci.

### ***Řízení fáze ukončení vztahu***

V době, kdy vztah končí, jsou činnosti na úrovni zákaznické základny zejména mechanismem pro fungování zpětné vazby. Na úrovni vztahu je podstatné včas rozpoznat varování, která vedou často k jeho ukončení. Pokud je poznáme, lze na záchranu vztahu provést nápravné akce. Když vztahy skončí, musí společnost podrobně prověřit profil těchto ukončených vztahů. Jen tak se může ujistit, že si udržela ty nejhodnotnější zákazníky. Setkání pro zajištění zpětné vazby se měla uskutečnit vždy na konci vztahu, a to zejména kvůli informacím o důvodech jeho ukončení a zajištění „elegantního odchodu“.

## **3.11. Finanční analýza**

Dle Vebera, Srpové a kol. (2005) tvoří účetní závěrku podnikatelů:

- rozvaha,
- výkaz zisku a ztráty,
- příloha,
- může zahrnout i přehled o peněžních tocích.

### **Rozvaha**

Základem konstrukce rozvahy je bilanční princip. Bilanční princip představuje základ podvojného účetnictví jako systému a znamená souběžnou dvojí klasifikaci majetku. V jediném výkaze – rozvaze – můžeme současně posoudit, jaká je struktura majetku

dané firmy a z jakých zdrojů tento majetek pořídila, zda převážně „za své“ nebo „za cizí“.

Rozvaha je tak základním zdrojem informací o celkové struktuře majetku firmy, o tom, kolik tam vlastníci sami vložili, jaký zisk (ztrátu) vytvořili a kolik dluhů mají, a to vše za běžný rok a pro porovnání ještě za rok předchozí. Rozvaha zajišťuje primárně informace o finančním postavení podniku k určitému datu.

### **Výkaz zisku a ztráty**

Výsledovka podává primárně informace o efektivnosti činnosti podniku v intervalu vykazovaného období. Podrobněji rozvádí jedinou rozvahovou položku, zisk (resp. ztrátu) za daný interval (běžný rok).

Výsledek hospodaření (zisk nebo ztráta běžného účetního období) vedený ve vlastních zdrojích v rozvaze je převzatá hodnota z druhého účetního výkazu výsledovky (výkazu zisku a ztráty).

### **Příloha**

Významná součást účetní závěrky je příloha, která vysvětluje a doplňuje informace obsažené v rozvaze a výkazu zisku a ztráty.

### **Cash Flow**

Sestavování výkazu CF v rámci roční účetní závěrky představuje záznam roční historie o peněžních tocích. Při zpracování by měl být kladen hlavní důraz na srozumitelnost. Přehled CF tvoří významnou součást finanční analýzy.

- Ukazatel CF vyjadřuje změnu v množství peněz, čili konstatuje rozdíl mezi konečným a počátečním zůstatkem peněz.
- Výkaz CF nebo též přehled o peněžních tocích nejen konstatuje, ale i vysvětluje toky peněz.

Nejrozšířenější metodou finanční analýzy je poměrová analýza. Cílem výpočtu poměrových ukazatelů je zjistit, jak efektivně podnikatel nebo management firmy

využívá disponibilní kapitál. K dosažení tohoto cíle je potřebné sledovat a analyzovat vývoj ukazatelů v čase i v prostoru (porovnávat dosahované výsledky s jinými firmami). K nejčastěji používaným poměrovým ukazatelům patří:

- ukazatel rentability (výnosnosti);
- ukazatele likvidity;
- ukazatele řízení aktiv, označované jako ukazatele aktivity;
- ukazatele zadluženosti. (Srpová, Řehoř a kol., 2010)

### ***Ukazatele rentability***

- vyjadřuje schopnost firmy využívat zdroje a majetek firmy k tvorbě zisku.

#### ***Obecný vzorec***

$$ROI = \frac{\text{zisk}}{\text{investovaný kapitál}} \quad (1)$$

#### ***Rentabilita celkového investovaného kapitálu do aktiv***

$$ROA = \frac{\text{čistý zisk} + \text{daně} + \text{úroky}}{\text{aktiva}} \quad (2)$$

#### ***Rentabilita dlouhodobého kapitálu***

$$ROCE = \frac{\text{čistý zisk} + \text{daně} + \text{úroky}}{\text{vlastní kapitál} + \text{dlouhodobé cizí zdroje}} \quad (3)$$

#### ***Rentabilita vlastního kapitálu***

$$ROE = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{vlastní kapitál}} \quad (4)$$

#### ***Rentabilita tržeb***

$$ROS = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{tržby}} \quad (5)$$

### **Ukazatele likvidity**

- vyjadřuje schopnost firmy uhradit splatné závazky.

#### **Peněžní (hotovostní) likvidita (1. stupně)**

$$= \frac{\text{oběžná aktiva} - \text{zásoby} - \text{pohledávky}}{\text{krátkodobé cizí zdroje}} \quad (6)$$

#### **Pohotovostní (rychlá) likvidita (2. stupně)**

$$= \frac{\text{oběžná aktiva} - \text{zásoby}}{\text{krátkodobé cizí zdroje}} \quad (7)$$

#### **Celková (běžná) likvidita (3. stupně)**

$$= \frac{\text{oběžná aktiva}}{\text{krátkodobé cizí zdroje}} \quad (8)$$

### **Ukazatele aktivity**

- vyjadřují, jak efektivně firma hospodaří se svými aktivy.

$$\text{počet obrátek} = \frac{\text{tržby}}{\text{majetek}} \quad (9)$$

$$\text{doba obratu} = \frac{360}{\text{počet obrátek}} \quad (10)$$

### **Ukazatele zadluženosti**

- hodnotí finanční strukturu firmy a schopnost firmy splácet dluhy.

$$\text{celková zadluženost} = \frac{\text{celkové dluhy}}{\text{aktiva}} \quad (11)$$

$$\text{míra samofinancování} = \frac{\text{vlastní kapitál}}{\text{aktiva}} \quad (12)$$

$$\text{celkový dluh k vlastnímu kapitálu} = \frac{\text{celkové dluhy}}{\text{vlastní kapitál}} \quad (13)$$

$$\text{úrokové krytí} = \frac{\text{čistý zisk} + \text{daně} + \text{úroky}}{\text{nákladové úroky}} \quad (14)$$

## 4. Praktická část

Pan David Čapek se rozhodl založit společnost s ručením omezeným zabývající se nákupem a prodejem zboží. V prvním roce podnikání plánuje otevřít obchod v rušné části města, kde bude dostatek míst k parkování. Obchod plánuje otevřít k 1. 9. 2014.

### 4.1. Podnikatelský záměr

#### ***Všeobecný popis firmy***

Plánovaný datum založení společnosti: leden 2014

Obchodní firma: MODA ČAPEK s.r.o.

Právní forma: společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání: výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

IČ: 026 05 104

Jednatel společnosti: David Čapek

Telefon: 723 365 787

E-mail: obchod@modacapek.cz

#### ***Cíle firmy***

Hlavní podnikatelská příležitost je spatřena v přiblížení kvalitní obuvi zákazníkům. Obchod se bude především zaměřovat na zákazníky – ženy a muže starší 20 let.

Podle provedeného místního šetření zákazníkům chybí obchod s kvalitní obuví a doplňkovým sortimentem. Potencionální zákazníci by také rádi využili možnost otevírací doby i o víkendu.

V prvním roce podnikání se očekává záporný výsledek hospodaření, ale v dalším roce fungování společnosti je očekáván zisk. Společnost plánuje do budoucna otevřít další pobočky.

**Krátkodobé cíle:**

1. Vytvoření dobrého vztahu s dodavateli
2. Zaměstnat kvalifikovaný personál
3. Finanční stabilita

**Dlouhodobé cíle:**

4. Spokojený zákazník
5. Postupné zvyšování obrátu a zisku
6. Upevnění pozice na trhu
7. Růst pobočkové sítě

***Klíčové osobnosti***

Majitelem a jednatelem společnosti je David Čapek. Pan Čapek vystudoval Gymnázium v Třeboni a momentálně studuje Obchodní podnikání na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích. Rád si všechny věci promýšlí, analyzuje je a na základě všech poznatků činí rozhodnutí. Nepouští se do věcí bez rozmyslu. Vyzná se v ekonomice, financích a sportu. Vždy si vytyčí určitý cíl, za kterým si tvrdě jde. Podnikat začal již v roce 2011. Ve své firmě chce dát příležitost své sestře Monice Čapkové, která vystudovala v Českých Budějovicích na vyšší odborné škole a na Vysoké škole technické a ekonomické Obchodní podnikání. Při studiu pracovala několik let v obuvi, kde získala potřebné zkušenosti.

### ***Nabízené produkty***

Základní produkt, který bude firma nabízet je obuv. Dále by se chtěla zaměřit i na doplňkový sortiment:

- Ošetrující produkty obuvi, stélky, tkaničky
- Kabelky, peněženky
- Opasky
- Deštníky
- Ponožky a punčochové zboží
- Šály a šátky.

### ***Dodavatelé***

Společnost musí být založena minimálně půl roku před plánovaným otevřením prodejny a to z důvodu objednávky zboží. U většiny dodavatelů se objednává zboží půl roku předem. Na základě počtu objednávek, dodavatelé zadávají do výroby počet kusů. Může se stát, že některé objednané produkty vzhledem k nízké poptávce, nezadají do výroby. Na to je třeba brát ohled a dopředu s tím počítat. Tento objednávkový systém se týká obuvi. Společnost chce navázat úzký vztah především s dodavateli obuvi Rieker a Josef Seibel.

Rieker Bohemia spol. s r.o.

Sídlo: Praha 1, Perlová 5, PSČ 11000

Německá společnost Rieker byla založena již v roce 1874 a za tu dobu si získala věrné zákazníky po celém světě. Obuv Rieker vyrábí vysoce kvalitní obuv pro volný čas. Snaží se rychle reagovat na módní trendy. Každá bota zahrnuje speciální vlastnosti – jsou lehké, pohodlné a velmi příjemné na nošení.

Společnost poskytuje množstevní slevu 2 % a slevy při zaplacení do 10 dnů – sleva 3 % nebo při zaplacení do 30 dnů – sleva 2 %. Splatnost faktur je 60 dní.



Josef Seibel

Sídlo: Schuhfabrik GmbH, Postfach 1140, D-76840 Hauenstein

Tato německá společnost byla založena v roce 1886. V dnešní době expeduje do více než 35 zemí světa. Klade důraz na pohodlí, kvalitu, tradici a módnost. Vyrábí obuv zdravotní, celokoženou, velmi pohodlnou a v nadměrných velikostech.

Poskytuje slevu 3 % při zaplacení do 10 dnů nebo slevu 2 % při zaplacení do 30 dnů. Splatnost faktur je 60 dní.

Dodací podmínky doplňkového zboží jsou pro firmu příznivější. Většina dodavatelů objednané zboží doručí do 3 dnů, při platbě na dobírku poskytují slevu 5 %.

Dodavatelé kabelek a peněženek jezdí se zbožím každé 3 týdny. Společnost plánuje navázat úzkou spolupráci s dodavatelem BORSE-DESIGN. Dodavatel své zboží nabízí ihned k odběru, při platbě v hotovosti poskytuje slevu 5 %.

Zdeněk Janoušek – BOMA

Sídlo: K Bytovkám 222, Kunice 25163

Společnost pana Janouška nabízí kvalitní ponožky a výhodné dodací podmínky při větším odběru. Rychlost dodávky od objednání bývá zpravidla 3 dny.

## ***Prodej***

### **Kamenný obchod**

V první řadě společnost otevře kamennou prodejnu, která bude situována na frekventované ulici či náměstí s možností blízkého parkování. Kamenný obchod by se měl co nejvíce přiblížit potencionálním zákazníkům.

### **Internetový obchod**

V dnešní době je velice oblíbené a pohodlné nakupování ze svého domova přes internet. Obtížnějším sortimentem na prodej přes internet je obuv. Pro získání

potřebných zkušeností začne společnost prodávat doplňkový sortiment – manikúry, ponožky, šátky...

Pro provozování internetového obchodu společnost volí pronájem jednoduktového e-shopu, kde si může sama sestavit vzhled a strukturu dle svých požadavků. Na jedné stránce se zákazník dozví o konkrétním produktu, firmě, dopravě a platbě. Parametry daného produktu musí být stejné.

V nabídce budou uvedeny možnosti doručení – osobní převzetí v prodejně nebo doprava Českou poštou. Platba proběhne přímo v prodejně v hotovosti, platbou předem na bankovní účet nebo platbou na dobírku.

### Trhy

Město Třeboň pořádá na hlavním náměstí trhy. Podnikatelé si mohou pronajmout od města stánek, pokud mají sídlo v Třeboni, pronájem stánku činí 200,- Kč/den.

Společnost zvažuje prozatímní prodej na trzích, než bude mít potřebné prostory k pronájmu. Nabízený sortiment na stánku – šátky, kabelky, peněženky, ponožky, punčochové zboží, opasky a deštníky. Prodej na stánku by se konal pouze za příznivého počasí, pokud by přšelo, zboží by se mohlo poničit.

### **Umístění podniku**

Jednou z příčin zániku společnosti je špatný výběr místa pro své podnikání, proto je velice důležité zvážit všechny aspekty pro a proti. Společnosti se naskytují tři možnosti pro otevření obchodu:

#### Jindřichův Hradec

- Prostor k pronájmu 120 m<sup>2</sup>
- Měsíční nájem 35 000,- Kč
- Boční ulice není příliš frekventovaná
- Bez možnosti parkování (placené parkování ve vzdálenosti 500 m)
- Ve vzdálenosti 100 – 200 m jsou 3 obchody s obuví

## Třeboň

- Prostor k pronájmu 75 m<sup>2</sup>
- Měsíční nájem 12 000,- Kč
- Frekventovaná ulice
- Parkování vzdálené 100 m
- Ve vzdálenosti 900 – 1200 m jsou 2 obchody s obuví

## Lomnice nad Lužnicí

- Prostor k pronájmu 42 m<sup>2</sup>
- Měsíční nájem 4 000,- Kč
- Vysoce frekventovaná ulice
- Parkování vzdálené 15 m
- Do vzdálenosti 10 km se nevyskytuje obchod s kvalitní obuví

Pouze jeden z pronajímatelů daných objektů, je ochoten v lednu roku 2014 přistoupit na pronájem prostor od 1. 8. 2014 a to v Lomnici nad Lužnicí. Na základě této skutečnosti provedla společnost místní šetření formou osobního dotazování. 83 % dotazovaných by uvítalo obchod s kvalitní obuví v Lomnici nad Lužnicí. Na otázku, jestli by přišli nakoupit do obchodu, odpovědělo 52 % dotazovaných určitě ano a 23 % odpovědělo spíše ano. Marketingový výzkum byl proveden na náměstí v Lomnici nad Lužnicí před zvažovanou provozovnou. Celkový počet dotazovaných byl 183.

Společnost, i přes nižší nákupní potenciál než v ostatních zvažovaných městech a také pro nízké náklady za pronájem s možností blízkého parkování, volí prostory v Lomnici nad Lužnicí. Vzhled venkovní fasády a několika vnitřních částí pronajímaných prostor je poškozen, je tedy třeba opravit a natřít. Odhad oprav je stanoven na 10 – 15 tisíc korun. Prostory se nacházejí na hlavním náměstí, kde sídlí Městský úřad, Česká pošta, obchod s potravinami, několik penzionů a hotelů, lékárna a Česká spořitelna. Nedaleko je také autobusové nádraží. Přímou přes ulici se nachází parkoviště, které je dostatečně velké. Budoucí obchod bude situován na hlavní trase z Třeboně do Prahy a na trase do Českých Budějovic. Obec má necelých 1800 obyvatel. Přes léto je město navštěvováno turisty.

### ***Konkurence***

V Lomnici nad Lužnicí je velmi slabá konkurence. Nachází se zde pouze jedna vietnamská prodejna, která mimo jiné nabízí i obuv. Společnost chce nabízet ze 75 % obuv značky Rieker. Vstup konkurentů na místní trh, kteří by chtěli prodávat obuv této značky, je obtížný. Jelikož společnost Rieker si s velkou pečlivostí vybírá své odběratele a snaží se zamezit konkurenci svého zboží. Nejbližší konkurent s obuví značky Rieker se nachází v Třeboni vzdálené 10 km od Lomnice nad Lužnicí.

### ***Zákazníci***

Společnost chce zacílit na zákazníky, kteří dávají přednost kvalitě před cenou. Dále se bude zaměřovat na zákazníky starší 20 let, muže a ženy, kteří mají velikost bot v rozpětí 36 – 46. Svým zákazníkům nabídne věrnostní karty. Věrnostní karta bude poskytována na slevu 7 % z nákupu. Díky věrnostním kartám, může společnost sbírat data o svých zákaznících, například odkud pochází a četnost jejich nákupů. Zaměstnanci budou proškoleni v chování k zákazníkům.

### ***Propagace***

Radnice města má dobrý vztah s podnikateli, se kterými se snaží diskutovat aktuální problémy a nabízí jim i určité propagační možnosti. Za nízký poplatek umožňuje radnice města podat hlášení v místním rozhlasu. Hlášení rozhlasu si můžou zájemci poslechnout i prostřednictvím internetu na stránkách města Lomnice nad Lužnicí. Dále nabízí inzerci v místním tisku – Lomnické noviny. Společnost plánuje především do místního tisku poskytovat pravidelné příspěvky, aby zvýšila povědomí o kvalitní obuvi. Bude podávat informace nejen o sobě, ale i o odborných názvech týkající se obuvi. Například co je membrána, o technologii antistress, jak správně pečovat o obuv, postup při reklamaci a spoustu dalších a užitečných rad. Tímto, by si společnost chtěla vybudovat důvěru u zákazníka.

### Inzerce v tisku

Lomnické listy – termín uzávěrky do 15. dne v měsíci,

cena za uveřejnění se pohybuje od 100,- Kč do 800,- Kč dle velikosti,

při opakování sleva 10 %.

Třeboňský svět – termín uzávěrky do 20. dne v měsíci,

cena za uveřejnění se pohybuje od 130,- Kč do 2.000,- dle velikosti.

Terno – termín uzávěrky do 20. dne v měsíci,

cena za uveřejnění se pohybuje od 569,- Kč do 5.082,- Kč bez DPH dle velikosti.

Veselé novinky – termín uzávěrky do 15. dne v měsíci,

cena za uveřejnění se pohybuje od 44,- Kč do 4.000,- Kč bez DPH dle velikosti, při opakování sleva 10 % – 20 %.

### Facebook

Placená reklama na internetových stránkách Facebooku je velmi výhodná, jelikož se dá zacílit na určitou skupinu lidí. Společnost chce zacílit na ženy ve věku od 25 let zájímaví se o módu. Jsou zde specifické platební podmínky, které si každý uživatel navolí dle potřeb.

### Letáky

Po otevření obchodu společnost plánuje roznos 5000 letáků. Roznos zajistí zaměstnankyně a bude roznášet v Lomnici nad Lužnicí, Třeboni a v přilehlých obcích. Grafické zpracování letáku zadá specializované firmě.

### ***Personál***

Majitel chce dát příležitost své sestře Monice Čapkové, kterou zaměstná na plný úvazek od 1. 9. 2014, mezitím bude pracovat na dohodu o provedení práce, jelikož je vedena na úřadu práce, kde za ní stát odvádí zdravotní pojištění.

Vzhledem k příležitostnému prodeji na trhu zaměstná ještě studentku Marii Koutníkovou na dohodu o provedení práce.

Dohody o provedení práce budou sjednány na částku 80,- Kč na hodinu.

Plánovaná mzda pro prodavačku od 1. 9. 2014 je 12.000,- Kč měsíčně. Bude sjednána na dobu neurčitou v rozsahu 40 hodin týdně, bez zkušební doby s nárokem na čtyři týdny dovolené za kalendářní rok. Zúčtovaná mzda bude vyplacena nejpozději 15. následujícího měsíce na účet.

Prodavačka podepíše dohodu o hmotné odpovědnosti.

### ***Finanční plán***

Do počátečních investic je třeba zahrnout náklady na založení společnosti, nákup dlouhodobého a oběžného majetku. Důležité je také dopředu počítat se mzdovými a režijními náklady.

Náklady spojené se založením společnosti odhaduje majitel na 15 000,- Kč. Objednané zboží bez slev je ve výši 450 000,- Kč, doplňkové zboží ve výši 70 000,- Kč. Majitel hodlá investovat do dlouhodobého majetku maximálně 400 000,- Kč. V prvním roce fungování odhaduje společnost mzdové závazky do výše 100 000,- Kč. Náklady spojené s opravou a údržbou pronajímaných prostor odhaduje majitel na 30 000,- Kč. Finanční náklady na propagaci odhaduje na 15 000,- Kč. Celkem se tedy dostáváme na odhadované náklady ve výši 1 080 000,- Kč. Majitel hodlá vložit do podnikání 1 150 000,- Kč.

**Tabulka č. 2: Dlouhodobý majetek**

Auto	200 000,- Kč
Regály včetně polic	100 000,- Kč
Vybavení obchodu	100 000,- Kč
Celkem dlouhodobý majetek	400 000,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka č. 3: Krátkodobý oběžný majetek**

Obuv	450 000,- Kč
Doplňkový sortiment	70 000,- Kč
Pokladna, banka	230 000,- Kč
Celkem	750 000,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka č. 4: Počáteční rozvaha 2014**

Počáteční rozvaha 2014			
Aktiva (Kč)		Pasiva (Kč)	
Dlouhodobý majetek	400 000,-	Vlastní kapitál	1,-
Dlouhodobý hmotný majetek	400 000,-	Základní kapitál	1,-
Oběžná aktiva	750 001,-	Cizí zdroje	1 150 000,-
Zásoby	520 000,-		
Peněžní prostředky	230 001,-		
Celkem aktiva	1 150 001,-	Celkem pasiva	1 150 001,-

Zdroj: vlastní zpracování

Majitel očekává po prvním roce fungování společnosti ztrátu do 150 000,- Kč a to z důvodu vyšších počátečních investic. Investice spojené se zařízením obchodu a nákupem dlouhodobého majetku.

### ***Zdroje financování***

Základní kapitál je stanoven na 1,- Kč.

Majitel poskytne společnosti půjčku ve výši 1 150 000,- Kč. V prvním roce půjčky nebude vyžadováno úročení. Úrok se bude počítat až od roku 2015 ve výši 7 % a vyplácen bude dle finančních možností společnosti k poslednímu dni v roce.



## **5. Provedení analýzy**

Po prvním roce fungování dané společnosti provedu celkovou analýzu. Od naplnění krátkodobých cílů, přes umístění podniku, prodej zboží až po zhodnocení finančního hospodaření.

Mezi krátkodobé cíle se řadí finanční stabilita, kvalifikovaný personál a dobrý vztah s dodavateli.

Finanční stabilita společnosti k 31. 12. 2014.

Společnost disponuje peněžními prostředky ve výši 504 tis. Kč a závazky z obchodních vztahů jsou ve výši 125 Kč. Během celého roku se společnost nedostala do finančních potíží, veškeré závazky dodavatelům, státu a zaměstnancům platila ve stanoveném termínu. Společnost zatěžuje pouze dlouhodobá půjčka od majitele firmy, která je splatná nejdříve v roce 2018 dle finančních možností společnosti.

Kvalifikovaný personál společnost našla v Monice Čapkové. Zaměstnankyně přislíbila zaškolení dalších případných zaměstnanců.

Dobrý vztah s dodavateli si společnost vybudovala velmi rychle. Nejen pro řádné úhrady dodavatelských faktur ale i pro přátelský přístup.

### **5.1. Umístění podniku**

Umístění podniku v Lomnici nad Lužnicí nelze objektivně zhodnotit, jelikož byl obchod otevřen až 1. 9. 2014 po turistické sezóně. Celkové náklady na opravu objektu se vyšplhaly téměř na 17 tis. Kč. Před realizací projektu bylo počítáno s 10 – 15 tis. Kč. Prostor k pronájmu je dostatečný. I přes krátkou dobu otevření obchodu se společnost těší ze stálých zákazníků.

## 5.2. Prodej

Společnost plánovala nákup zboží v hodnotě 520 tis. Kč. Tuto částku navýšila téměř o 204 tis. Kč. A to především z důvodu vyššího prodeje doplňkového zboží. Nákup zboží v celkové hodnotě 724 330,- Kč. Tržba za zboží celkem 652 571,- Kč.

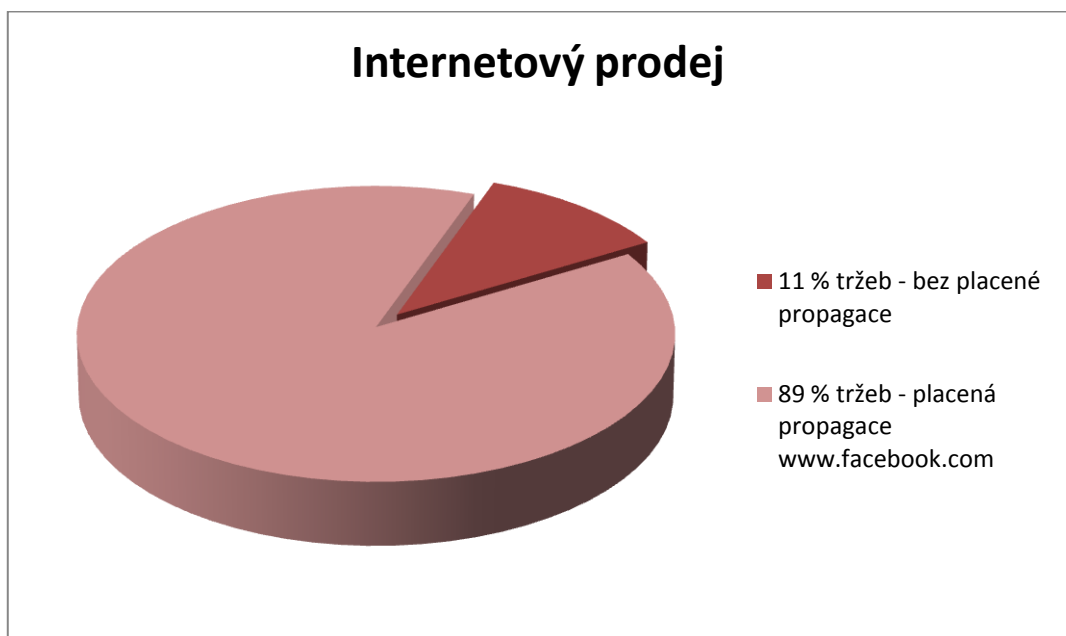
### Kamenný obchod

Tržba v kamenném obchodě činila 363 892,- Kč. Před Vánoci začala společnost nabízet i dárkové poukazy, za které utržila 4 500,- Kč.

### Internet

Tržba za prodané zboží přes e-shopy činila 201 969,- Kč. Společnost spustila první e-shop již v červnu 2014. Největší počet objednávek firma zaznamenala v druhé polovině listopadu. Díky placené reklamě nakoupilo přes e-shop 89 % lidí.

**Graf č. 1: Internetový prodej**



Zdroj: vlastní zpracování

Jednoduché e-shopy:

[www.sateksozdobou.cz](http://www.sateksozdobou.cz)

[www.sateknaplaz.cz](http://www.sateknaplaz.cz)

[www.kasmirovysatek.cz](http://www.kasmirovysatek.cz)

[www.kvalitnimanikura.cz](http://www.kvalitnimanikura.cz)

[www.vtipneponozky.cz](http://www.vtipneponozky.cz)

[www.pletenytunel.cz](http://www.pletenytunel.cz)

V tabulce můžeme vidět přehled tržeb a počet objednávek za jednotlivá období.

**Tabulka č. 5: Jednoduché e-shopy 2014**

Jednoduché e-shopy 2014			
Období	Počet objednávek	Tržba bez poštovného	Tržba s poštovným
Červen	3	796	1 021
Červenec	24	6 234	7 861
Srpen	25	9 666	11 508
Září	5	1 693	2 012
Říjen	29	14 185	16 257
Listopad	315	130 102	146 384
Prosinec	37	14 315	16 926
Celkem	438	176 991	201 969

Zdroj: vlastní zpracování

### Trh

Plánované otevření obchodu bylo stanoveno na 1. 9. 2014, proto společnost prodávala od dubna 2014 na trzích konané v Třeboni za poplatek 200,- na den. A to ve dnech 19.4., 10.5., 24.5., 14.6., 28.6., 5.7., 12.7., 26.7., 16.8., 13.9. a 29.11. Za celý rok tržba z trhů činila 86 710,- Kč. Prodáván byl především doplňkový sortiment. Největší zájem zákazníků byl o ponožky, cena se pohybovala od 20,- Kč do 119,- Kč za pár. Zákazníci také projevíli zájem o šátky. Šátky se cenově pohybovali od 120,- Kč do 359,- Kč. Na trhu prodávali vždy dva zaměstnanci.

Náklady na den:

1. mzdové náklady	600,- x 2	1 200,-
2. pronájem stánku		200,-
3. doprava		100,-

Celkem náklady za 11 dní x 1 500,- Kč = 16 500,- Kč

Je však nutné připočítat náklady za 4 dny x 200,- Kč = 800,- Kč, kdy byl nájem za stánek dopředu zaplacen, ale prodej se nekonal pro nepříznivé počasí. Celková nákupní cena prodaného zboží je 49 109,- Kč. Celkem tedy náklady činí 66 405,- Kč. Čistý zisk z prodeje na trhu je 20 305,- Kč.

V červenci a srpnu zároveň probíhala propagace, prostřednictvím slevových letáků, na otevření kamenné prodejny.

### **5.3. Personál**

Společnost zaměstnala Moniku Čapkovou na plný úvazek. Zaměstnankyně byla vedena na úřadu práce a díky této skutečnosti, společnost ušetřila na mzdových nákladech 40 000,- Kč. Úřad práce poskytl na zaměstnankyni dotaci ve výši 10 000,- Kč měsíčně. Tato dotace se bude vyplácet po dobu 6 měsíců.

Dále byla zaměstnána studentka na dohodu o provedení práce. Studentka vypomáhala při prodeji na trzích a při zařizování obchodu.

### **5.4. Financování podniku**

Ve stanoveném finančním plánu společnost odhadovala náklady na 1 080 000,- Kč. Ve skutečnosti se náklady navýšili o 323 tis. Kč.

Náklady (v tis. Kč):

- založení společnosti	20
- zboží	725
- auto, regály	271
- vybavení obchodu	65

- ostatní dlouhodobý majetek	22
- mzdové náklady (93 – 40 dotace)	53
- opravy a nájem	35
- propagace a domény	65
- poštovné	29
- náklady na auto a PHM	60
- ostatní výdaje	58

Celková ztráta byla očekávána do 150 tis. a toto očekávání se naplnilo. Hospodářský výsledek za první rok fungování byl -94 534,- Kč. Majitel byl nucen přehodnotit financování společnosti a to z důvodu neočekávaných investic. Celkovou půjčku na 1 150 000,- Kč musel navýšit a to o 50 000,- Kč. Níže můžeme vidět v tabulkách rozvahy, výkaz zisku a ztráty a vybrané poměrové ukazatele k 31. 12. 2014.

**Tabulka č. 6: Rozvaha k 31. 12. 2014**

Rozvaha k 31. 12. 2014			
Aktiva (Kč)		Pasiva (Kč)	
Dlouhodobý majetek	241 324,-	Vlastní kapitál	-94 533,-
Dlouhodobý hmotný majetek	241 324,-	Základní kapitál	1,-
Oběžná aktiva	880 876,-	Cizí zdroje	1 210 793,-
Zásoby	374 183,-	Krátkodobé závazky	10 793,-
Peněžní prostředky	504 338,-	Dlouhodobé závazky	1 200 000,-
Pohledávky	2 355,-	Ostatní pasiva	5 940,-
Celkem aktiva	1 122 200,-	Celkem pasiva	1 122 200,-

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka č. 7: Výkaz zisku a ztráty k 31. 12. 2014**

Výkaz zisku a ztráty k 31. 12. 2014	
Tržby	692 675,-
Náklady	787 209,-
Zisk před zdaněním	-94 534,-
Daň z příjmů	0,-
Zisk po zdanění	-94 534,-
Nerozdělený zisk/ztráta	-94 534,-

Zdroj: vlastní zpracování

**Tabulka č. 8: Vybrané poměrové ukazatele**

Vybrané poměrové ukazatele	
Běžná likvidita	1,72
Pohotová likvidita	72,42
Dlouhodobá zadluženost	107%
Míra krytí úroků	-
Rentabilita tržeb (ROS)	-14%
Rentabilita aktiv (ROA)	-8%

Zdroj: vlastní zpracování

Běžná likvidita se pohybuje mezi doporučenými hodnotami 1,5 a 2,5. Pohotová likvidita je zbytečně vysoká. Doporučené hodnoty jsou 0,7 – 1,2. Společnost se však připravuje na nákup sezónního zboží, konkrétně obuvi jaro – léto. Společnost objednala v srpnu zboží v hodnotě 398 500,- Kč.

Dlouhodobá zadluženost přesahuje 100 % z důvodu vysoké půjčky majitelem. Míra krytí úroků nelze spočítat, jelikož nebyly vyplaceny úroky za rok 2014. Vypláceny budou až v roce 2015.

Rentabilita tržeb a aktiv se pohybuje v záporných částkách, jelikož výsledek hospodaření nebyl zisk, ale ztráta – 94 533,- Kč.

## **5.5. Ověření hypotéz**

Hypotéza H1:

Společnost v prvním roce hospodaření vytvoří ztrátu maximálně 150 000 Kč.

Hypotéza byla potvrzena. Společnost v prvním roce svého hospodaření vytvořila ztrátu 94 533,- Kč.

Hypotéza H2:

Celkové tržby v kamenném obchodě budou vyšší než v internetovém obchodě.

Hypotéza byla potvrzena. Tržba v kamenném obchodě činila 363 892,- Kč. Tržba za prodané zboží přes e-shopy činila 201 969,- Kč. Pomocí e-shopů se začalo prodávat již v červnu, kamenná prodejna byla otevřena až v září, i přes tento nepoměr byly vyšší tržby v kamenné prodejně a to i přes vyšší investice do propagace na prodej přes e-shopy.

Hypotéza H3:

Celkový obrat tržeb nepřesáhne za první rok podnikání 1 mil. Kč.

Hypotéza byla potvrzena. Tržba za zboží činila celkem 652 571,- Kč. Společnost se nepřihlásila k dobrovolnému placení DPH a obávala se, že tento limit překročí hned v prvním roce hospodaření. Tato obava se však nenaplnila.

## 6. Návrhová část

V této části budou společnosti navržena další opatření v oblasti prodeje a propagace.

Společnost má velmi dobrý vztah s dodavatelem šátků. Při velkém odběru poskytuje slevu od 10 % do 15 %. Dodavatel poskytuje i fotografie objednaného zboží a proto může společnost vytvořit katalog se šátků, bez dalších nákladů na pořízení fotografií. Bohužel dodavatel nemá vždy všechny produkty na skladě a společnost MODA ČAPEK s.r.o. musí čekat, někdy až tři týdny, než produkty vyrobí. Z tohoto důvodu by mohla společnost uvažovat o vlastní výrobě a prodeji dalším maloobchodníkům.

Společnost úzce spolupracuje s vizážistkou paní Janou, která vždy zajde a vybere šátky či šály pro své klientky a proto by společnost měla kontaktovat další vizážistky v okolí.

Pro zlepšení cash-flow by společnost měla zvážit výprodej sezónního zboží. Zůstatek na skladě zimního zboží je ve výši 173 840,-. První týden v únoru by se mohl konat „výprodej“ zimní obuvi se slevou 20 %. Zimní obuv, která je skladem, je od dodavatelů, kteří mají stanoveny prodejní ceny. Zpravidla bývá přírůžka přes 90 % a díky tomu se společnost nemůže s prodejní cenou dostat pod nákupní cenu.

Ke zvýšení propagace obchodu, společnost může poskytovat slevové vizitky turistům a to formou – ponechání vizitek v místě jejich ubytování. Je však nutné se domluvit s majiteli místních ubytoven, hotelů či penzionů.

V Lomnici nad Lužnicí a v přilehlých obcích jsou pořádány mimo jiné i plesy. Proto je vhodné zvážit možnost poskytnutí daru ve formě dárkových poukazů.

Doteď se společnost účastnila trhů konaných pouze v Třeboni. Pro větší povědomí zákazníků by bylo dobře zúčastnit se trhů i ve vzdálenějším okolí. Z předchozí zkušenosti, společnost zjistila, že není výhodné se účastnit trhů, které nejsou spojené



s doprovodnými akcemi, jako jsou například Otevírání lázeňské sezóny, Krčínova Třeboň, Anifilm a další. A to z důvodu nižší návštěvnosti turistů i místních obyvatel. Pokud by společnost zvážila tuto možnost, měla by zaměstnat dalšího zaměstnance. Vhodné by bylo zaměstnat osobu evidovanou na úřadu práce a to z důvodu možné poskytnutí dotace na úhradu mzdových nákladů.

Společnost mimo jiné sledovala i četnost návštěv zákazníků. Sledovala, v kolik hodin zákazník přijde, jestli má zájem o nabízené zboží a také kolik zákazníků nakoupilo. V poslední hodině otevírací doby byla návštěvnost velmi nízká, proto by společnost mohla zkrátit otevírací dobu o půl hodiny jak ve všední den, tak i v sobotu. Nově stanovená otevírací doba by se snížila na 40 hodin týdně. Společnost by tak ušetřila na mzdových nákladech.

## 7. Závěr

V dnešní době začít s podnikáním nemusí být vždy obtížné. Zvláště teď kdy se změnil obchodní zákoník, dnes již zákon o obchodních korporacích. Společnost s ručením omezeným není již tak velký problém založit jako dříve. Úřad práce poskytuje dotace, pokud zaměstná společnost evidovanou osobu z úřadu práce. Obtížné už je jen čelit konkurenci a získat si věrné zákazníky.

Cílem této práce byl návrh optimálního podnikatelského plánu na založení konkrétního podniku zaměřeného na nákup a prodej zboží. Dílčím cílem bylo porovnání reálných výsledků společnosti po prvním roce fungování se zamýšleným podnikatelským plánem. Práce se v teoretické části zaměřila na základní pojmy – podnik, podnikání a podnikatel. Dále se zabývala právními formy podnikání, konkrétně společností s ručením omezeným. Především se však zaměřila na podnikatelský plán, jak v teoretické části tak i v praktické.

Podnikatelský plán byl sestaven pro společnost MODA ČAPEK s.r.o. K sestavení podnikatelského plánu jsem využila doporučený postup z teorie. V další části jsem zanalyzovala první rok fungování této společnosti. Prodej společnosti byl vyšší, než se očekávalo, z tohoto důvodu musela společnost investovat více peněz do zboží a to vedlo k vyššímu vkladu majitele. Zde tedy nastal rozdíl mezi zamýšleným podnikatelským plánem a realitou. Společnost prováděla průběžnou kontrolu konkurence, při níž zjistila, že konkurence v Třeboni začala prodávat doplňkový sortiment, který nabízí i společnost. V práci byly provedeny výpočty výnosů, nákladů a výsledku hospodaření podniku. Všechny stanovené hypotézy byly potvrzeny. V návrhové části jsem poukázala na změny, které by prospěly společnosti v dalších letech podnikání. Společnosti se i přes nepříznivý výsledek hospodaření vedlo v prvním roce dobře.

## **8. Summary**

The title of this work is The Business plan of the company. The work deals with processing of a business plan for purchase and sale of goods.

The thesis is divided into two parts – the theoretical part and the practical part. The theoretical part is dedicated to the brief clarification of the terminology and to the use of the business plan. The crucial point of the theoretical part is the overall structure of the business plan.

The practical part, consequently, takes advantage of the obtained information for creation of the business plan for foundation and development of the shop – MODA ČAPEK, s.r.o.

The aim of the bachelor thesis is to develop an optimal business plan for foundation of a small company which will sell shoes, socks, handbags, wallets, scarves and other complementary goods.

### **Keywords**

Business plan, business, limited company, products, customer, market, competition

## 9. Použitá literatura

- Barrow, C. (1995). *Základy drobného podnikání*. (198 s., Přeložil Stanislav Jurnečka). Praha: Grada Publishing.
- Bednářová, D., & Škodová-Parmová, D. (2010). *Malé a střední podnikání*. (Vyd. 2. rozš., 146 s.) České Budějovice: Jihočeská univerzita, Ekonomická fakulta.
- Fotr, J. (1995). *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. (1. vyd., 178 s.) Praha: Grada Publishing.
- Fotr, J., & Souček, I. (2005). *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování: feasibility study, hodnocení ekonomické efektivity projektu, analýza a řízení rizika, flexibilita projektu a aplikace reálných opcí, tvorba investičního programu firmy*. (1. vyd., 356 s.) Praha: Grada Publishing.
- Grasseová, M., Dubec, R., & Horák, R. (2008). *Procesní řízení ve veřejném i soukromém sektoru: jakými kroky zavést do organizace procesní řízení, monitorujeme výkonnost procesů a stanovujeme jejich zlepšování, analýzy, které nám usnadní rozhodování*. (Vyd. 1., v, 266 s.) Brno: Computer Press.
- Parmová, D. (2004). *Řízení služeb: přednášky* (1.vyd.) České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta.
- Srpová, J., & Řehoř, V. (2010). *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. (1. vyd., 427 s.) Praha: Grada.
- Storbacka, K., & Lehtinen, J. (2002). *Řízení vztahů se zákazníky* (1.vyd.). Praha: Grada Publishing
- Veber, J. (2000). *Management: základy, prosperita, globalizace*. (1. vyd., 700 s.) Praha: Management Press.
- Veber, J., & Srpová, J. (2005). *Podnikání malé a střední firmy: pro všechny podnikatele a manažery : od podnikatelského záměru k zahájení podnikání, jak úspěšně řídit malou i větší firmu, programy podpory podnikání*. (1. vyd., 304 s.) Praha: Grada Publishing.

### **Elektronické zdroje:**

Ministerstvo průmyslu a obchodu. (2014) *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2013, která byla vypracována Ministerstvem průmyslu a obchodu na základě zákona č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání, byla přijata usnesením vlády ČR dne 9. července 2014.* Dostupné na webu:

<http://www.mpo.cz/dokument151050.html>

### **Právní předpisy:**

Česká republika, (2012) *Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník*

Česká republika, (2014) *Zákon o živnostenském podnikání 455/1991 Sb.*

Česká republika, (2014) *Zákon o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb.*

## 10. Seznam grafů, tabulek a vzorců

### Grafy:

Graf č. 1: Internetový prodej.....	44
------------------------------------	----

### Tabulky:

Tabulka č. 1: Řízení zákaznických vztahů v jejich různých fázích.....	26
Tabulka č. 2: Dlouhodobý majetek.....	41
Tabulka č. 3: Krátkodobý oběžný majetek.....	41
Tabulka č. 4: Počáteční rozvaha 2014.....	41
Tabulka č. 5: Jednoduché e-shopy 2014.....	45
Tabulka č. 6: Rozvaha k 31. 12. 2014.....	47
Tabulka č. 7: Výkaz zisku a ztráty k 31. 12. 2014.....	48
Tabulka č. 8: Vybrané poměrové ukazatele.....	48

### Vzorce:

ROI–Obecný vzorec rentability ( 1 ) .....	29
ROA–Rentabilita celkového investovaného kapitálu do aktiv ( 2 ) .....	29
ROCE–Rentabilita dlouhodobého kapitálu ( 3 ) .....	29
ROE–Rentabilita vlastního kapitálu ( 4 ) .....	29
ROS–Rentabilita tržeb ( 5 ) .....	29
Peněžní (hotovostní) likvidita 1. stupně ( 6 ) .....	30
Pohotovostní (rychlá) likvidita 2. stupně ( 7 ) .....	30
Celková (běžná) likvidita 3. stupně ( 8 ) .....	30
Ukazatele aktivity - počet obrátek ( 9 ) .....	30
Ukazatele aktivity - doba obratu ( 10 ) .....	30
Celková zadluženost ( 11 ) .....	31
Míra samofinancování ( 12 ) .....	31
Celkový dluh k vlastnímu kapitálu ( 13 ) .....	31
Úrokové krytí ( 14 ) .....	31

## 11. Přílohy

Seznam příloh:

Obrázek č. 1: Obchod

Obrázek č. 2: Věrnostní karta pro zákazníky

Obrázek č. 3: Vizitka se slevou 7 %

Dotazník

Rozvaha k 31. 12. 2014

Výkaz zisku a ztráty k 31. 12. 2014

Příloha k přiznání

Obrázek č. 1: Obchod



Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek č. 2: Věrnostní karta pro zákazníky



Zdroj: návrh od zpracovatelské společnosti

Obrázek č. 3: Vizitka se slevou 7 %



Zdroj: návrh od zpracovatelské společnosti



## **Osobní dotazování**

Dobrý den,

dělám průzkum trhu pro společnost MODA ČAPEK s.r.o. Cílem tohoto průzkumu je zjistit zdali byste měli zájem o obchod v Lomnici nad Lužnicí nabízející kvalitní obuv a doplňkový sortiment. Doplňkový sortiment by obsahoval například: kabelky, ponožky, opasky, šátky, peněženky a čisticí prostředky k obuvi.

Mohu Vám položit několik otázek?

**Bydlíte nebo pracujete v Lomnici nad Lužnicí nebo v okruhu 5 km?**

- a) Ano
- b) Ne

**Uvítali byste tento obchod v Lomnici nad Lužnicí?**

- a) Ano
- b) Ne

**Přišel/Přišla byste nakoupit do tohoto obchodu?**

- a) Určitě ano, už se těším
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Určitě ne

**Kolik je Vám let?**

- a) 19 let a méně
- b) 20 – 27 let
- d) 28 – 37 let
- d) 38 – 47 let
- e) 48 a více

**Pohlaví:**

- a) muž
- b) žena

Děkuji za Váš čas a přeji hezký zbytek dne.

Rozvaha podle Přílohy č. 1  
vyhlášky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí  
účetní závěrku současně  
s doručením daňového přiznání  
za daň z příjmu

1 x příslušnému finančnímu  
úřadu

## ROZVAHA v plném rozsahu

ke dni **31.12.2014**  
( v celých tisících Kč )

Rok	Měsíc	IČ
2014		02605104

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

MODA ČAPEK s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky  
a místo podnikání liší-li se od bydliště

B. Němcové 1095  
Třeboň I  
379 01

Označení a	AKTIVA b	čís. řád. c	Běžné účetní období			Minulé úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	<b>AKTIVA CELKEM</b> Součet A až D	1	1 152	-30	1 122	
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	2				
B.	Dlouhodobý majetek Součet B.I. až B.III.	3	271	-30	241	
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek Součet I.1. až I.8.	4				
B. I. 1.	Zřizovací výdaje	5				
2.	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	6				
3.	Software	7				
4.	Ocenitelná práva	8				
5.	Goodwill	9				
6.	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	10				
7.	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	11				
8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	12				
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek Součet II.1. až II.9.	13	271	-30	241	
B. II. 1.	Pozemky	14				
2.	Stavby	15				
3.	Samostatné hmotné movité věci a soubory hmotných movitých věcí	16	271	-30	241	
4.	Pěstičské celky trvalých porostů	17				
5.	Dospělá zvířata a jejich skupiny	18				
6.	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	19				
7.	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	20				
8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	21				
9.	Oceňovací rozdíly k nabytému majetku	22				
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek Součet III.1. až III.7.	23				
B. III. 1.	Podíly – ovládaná osoba	24				
2.	Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	25				
3.	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	26				
4.	Zápujčky a úvěry - ovládaná nebo ovládající osoba, podstatný vliv	27				
5.	Jiný dlouhodobý finanční majetek	28				
6.	Pořizovaný dlouhodobý finanční majetek	29				
7.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	30				

Označení a	AKTIVA b	čís. řád. c	Běžné účetní období			Minulé úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
C.	Oběžná aktiva Součet C.I. až C.IV.	31	881		881	
C. I.	Zásoby Součet I.1. až I.6.	32	374		374	
C. I. 1.	Materiál	33				
	2. Nedokončená výroba a polotovary	34				
	3. Výrobky	35				
	4. Mlada a ostatní zvířata a jejich skupiny	36				
	5. Zboží	37	374		374	
	6. Poskytnuté zálohy na zásoby	38				
C. II.	Dlouhodobé pohledávky Součet II.1. až II.8.	39				
C. II. 1.	Pohledávky z obchodních vztahů	40				
	2. Pohledávky – ovládaná nebo ovládající osoba	41				
	3. Pohledávky - podstatný vliv	42				
	4. Pohledávky za společníky	43				
	5. Dlouhodobé poskytnuté zálohy	44				
	6. Dohadné účty aktivní	45				
	7. Jiné pohledávky	46				
	8. Odložená daňová pohledávka	47				
C. III.	Krátkodobé pohledávky Součet III.1. až III.9.	48	3		3	
C. III. 1.	Pohledávky z obchodních vztahů	49	2		2	
	2. Pohledávky – ovládaná nebo ovládající osoba	50				
	3. Pohledávky - podstatný vliv	51				
	4. Pohledávky za společníky	52				
	5. Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	53				
	6. Stát - daňové pohledávky	54				
	7. Krátkodobé poskytnuté zálohy	55	1		1	
	8. Dohadné účty aktivní	56				
	9. Jiné pohledávky	57				
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek Součet IV.1. až IV.4.	58	504		504	
C. IV. 1.	Peníze	59	382		382	
	2. Účty v bankách	60	122		122	
	3. Krátkodobé cenné papíry a podíly	61				
	4. Pořizovaný krátkodobý finanční majetek	62				
D. I.	Časové rozlišení Součet I.1. až I.3.	63				
D. I. 1.	Náklady příštích období	64				
	2. Komplexní náklady příštích období	65				
	3. Příjmy příštích období	66				

Označení	PASIVA	čís. řád.	Stav v běžném účetním období	Stav v minulém účetním období
a	b	c	5	6
	PASIVA CELKEM	Součet A až C	67	1 122
A.	Vlastní kapitál	Součet A.I. až A.V.	68	-95
A. I.	Základní kapitál	Součet I.1. až I.3.	69	
A. I. 1.	Základní kapitál		70	
2.	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly (-)		71	
3.	Změny základního kapitálu		72	
A. II.	Kapitálové fondy	Součet II.1. až II.6.	73	
A. II. 1.	Ážio		74	
2.	Ostatní kapitálové fondy		75	
3.	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků		76	
4.	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách obchodních korporací		77	
5.	Rozdíly z přeměn obchodních korporací		121	
6.	Rozdíly z ocenění při přeměnách obchodních korporací		122	
A. III.	Fondy ze zisku	Součet III.1. až III.2.	78	
A. III. 1.	Rezervní fond		79	
2.	Statutární a ostatní fondy		80	
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	Součet IV.1. až IV.3.	81	
A. IV. 1.	Nerozdělený zisk minulých let		82	
2.	Neuhrazená ztráta minulých let		83	
3.	Jiný výsledek hospodaření minulých let		123	
A. V. 1.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+ -)		84	-95
A. V. 2.	Rozhodnuto o zálohách na výplatu podílu na zisku +/-		124	
B.	Cizí zdroje	Součet B.I. až B.IV.	85	1 217
B. I.	Rezervy	Součet I.1. až I.4.	86	
B. I. 1.	Rezervy podle zvláštních předpisů		87	
2.	Rezerva na důchody a podobné závazky		88	
3.	Rezerva na daň z příjmu		89	
4.	Ostatní rezervy		90	
B. II.	Dlouhodobé závazky	Součet II.1. až II.10.	91	1 210
B. II. 1.	Závazky z obchodních vztahů		92	4
2.	Závazky – ovládaná nebo ovládající osoba		93	
3.	Závazky - podstatný vliv		94	
4.	Závazky ke společníkům		95	
5.	Dlouhodobé přijaté zálohy		96	

Označení	PASIVA	čís. řád.	Stav v běžném účetním období	Stav v minulém účetním období
a	b	c	5	6
6.	Vydané dluhopisy	97		
7.	Dlouhodobé směnky k úhradě	98		
8.	Dohadné účty pasivní	99	6	
9.	Jiné závazky	100	<b>1200</b>	
10.	Odložený daňový závazek	101		
B. III.	Krátkodobé závazky	Součet III. 1. až III. 11.	7	
B. III. 1.	Závazky z obchodních vztahů	103		
2.	Závazky – ovládaná nebo ovládající osoba	104		
3.	Závazky - podstatný vliv	105		
4.	Závazky ke společníkům	106		
5.	Závazky k zaměstnancům	107	10	
6.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	108	6	
7.	Stát - daňové závazky a dotace	109	-9	
8.	Krátkodobé přijaté zálohy	110		
9.	Vydané dluhopisy	111		
10.	Dohadné účty pasivní	112		
11.	Jiné závazky	113		
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	Součet IV. 1. až IV. 3.		
B. IV. 1.	Bankovní úvěry dlouhodobé	115		
2.	Krátkodobé bankovní úvěry	116		
3.	Krátkodobé finanční výpomoci	117		
C. I.	Časové rozlišení	Součet I. 1. až I. 2.		
C. I. 1.	Výdaje příštích období	119		
2.	Výnosy příštích období	120		

Sestaveno dne: 31.12.2014		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou
Právní forma účetní jednotky s.r.o.	Předmět podnikání	Pozn.:

Výkaz zisku a ztráty ve druhovém členění podle Přílohy č. 2 vyhlášky č. 500/2002 Sb.

Účetní jednotka doručí účetní závěrku současně s doručením daňového přiznání za daň z příjmů

1 x příslušnému finančnímu úřadu

## VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY v plném rozsahu

ke dni **31.12.2014**  
( v celých tisících Kč )

Rok	Měsíc	IČ
2014		02605104

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

MODA ČAPEK s.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky a místo podnikání liší-li se od bydliště

B. Němcové 1095  
Třeboň I  
379 01

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	1	652	
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	2	350	
+	Obchodní marže	I. - A.	302	
II.	Výkony	Součet II.1. až II.3.		
II. 1.	Tržby za prodej výrobků a služeb	5		
2.	Změna stavu zásob vlastní výroby	6		
3.	Aktivace	7		
B.	Výkonová spotřeba	Součet B.1. až B.2.	293	
B. 1.	Spotřeba materiálu a energie	9	156	
2.	Služby	10	137	
+	Přidaná hodnota	I. - A. + II. - B.	9	
C.	Osobní náklady	Součet C.1. až C.4.	93	
C. 1.	Mzdové náklady	13	77	
2.	Odměny členům orgánů obchodní korporace	14		
3.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	15	16	
4.	Sociální náklady	16		
D.	Daně a poplatky	17	10	
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	18	30	
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	Součet III.1. až III.2.		
III. 1.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	20		
2.	Tržby z prodeje materiálu	21		
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	Součet F.1. až F.2.		
F. 1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	23		
2.	Prodáváný materiál	24		
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	25		
IV.	Ostatní provozní výnosy	26	40	
H.	Ostatní provozní náklady	27	11	
V.	Převod provozních výnosů	28		
I.	Převod provozních nákladů	29		
*	Provozní výsledek hospodaření	rozdíl výnosů a nákladů řádků I. až písmeno I.	-95	

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	31		
J.	Prodané cenné papíry a podíly	32		
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku	Součet VII.1. až VII.3.	33	
VII. 1.	Výnosy z podílů v ovládaných osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem		34	
2.	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a podílů		35	
3.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku		36	
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku		37	
K.	Náklady z finančního majetku		38	
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů		39	
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů		40	
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti		41	
X.	Výnosové úroky		42	
N.	Nákladové úroky		43	
XI.	Ostatní finanční výnosy		44	
O.	Ostatní finanční náklady		45	
XII.	Převod finančních výnosů		46	
P.	Převod finančních nákladů		47	
*	Finanční výsledek hospodaření	Rozdíl výnosů a nákladů řádků VI. až písmeno P	48	
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	Součet Q.1. až Q.2.	49	
Q. 1.	-splatná		50	
2.	-odložená		51	
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost		52	-95
XIII.	Mimořádné výnosy		53	
R.	Mimořádné náklady		54	
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti	Součet S.1. až S.2.	55	
S. 1.	-splatná		56	
2.	-odložená		57	
*	Mimořádný výsledek hospodaření	XIII. - R. - S.	58	
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)		59	
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	výsledek hospodaření za běžnou činnost + mimořádný výsledek hospodaření - T.	60	-95
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	provozní výsl. hosp. + finanční výsl. hosp. + XIII - R.	61	-95

Sestaveno dne: 31.12.2014		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový vzor fyzické osoby, která je účetní jednotkou	
Právní forma účetní jednotky s.r.o.	Předmět podnikání	Pozn.:	

## Příloha k účetní závěrce 2014

Obecné údaje

*Firma:* MODA ČAPEK, s.r.o.

*Sídlo:* 37901 Třeboň, B. Němcové 1095

*Datum vzniku:* 30.1.2014

*IČO:* 02605104

*Předmět činnosti:* obchodní činnost, koupě zboží za účelem dalšího prodeje a prodej, kromě případů vyžadujících zvláštní opatření

*Základní kapitál:* 1,- Kč Vklad splacen

*Společníci:* David Čapek

*Jednatelé společnosti:* David Čapek

*Průměrný počet zaměstnanců:* 1

*Výše vynaložených osobních nákladů na zaměstnance:* 93 tis. Kč

*Informace o použitých účetních metodách, obecných účetních zásadách a způsobech oceňování*

Účetní závěrka je zpracována v souladu s účetními zásadami vedení účetnictví, stejně tak jako v souladu se zákonem č. 563/1991 Sb., o účetnictví ve znění pozdějších předpisů. Při oceňování majetku a závazků je postupováno v souladu s § 24 a § 25 zákona č. 563/1991 Sb. o účetnictví. Majetek a závazky se oceňují v historických cenách. Během účetního období nebyly změněny metody oceňování majetku a závazků.

### 2.1. Způsob ocenění

- a) nakoupené zásoby se oceňují pořizovacími cenami.
- b) majetek pořízený ve vlastní režii je oceňován vlastními náklady.

### 2.2. Způsob stanovení reprodukční pořizovací ceny

Hmotný investiční majetek, movité věci, zásoby pořízené bezplatně, případně nalezené se oceňují na základě odborného odhadu jejich užitné hodnoty. V průběhu účetního období nebylo potřeba tento způsob ocenění použít.

### 2.3. Druhy vedlejších pořizovacích nákladů

Do pořizovacích cen nakupovaných zásob se obvykle zahrnují tyto druhy vedlejších pořizovacích nákladů: dopravné, poštovné.



2.4. Podstatné změny způsobů oceňování a postupů účtování  
Metody oceňování nebyly změněny.

2.5. Způsob stanovení opravných položek  
Opravné položky k majetku nebyly vytvořeny.

2.6. Způsob sestavení odpisových plánů  
Firma odepisuje hmotný investiční majetek podle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů ve znění pozdějších předpisů. Účetní odpisy se rovnají odpisům daňovým.

2.7. Způsob uplatnění při přepočtu údajů v cizích měnách  
Majetek a závazky vyjádřené v cizí měně se přepočítávají na českou měnu způsobem stanoveným zákonem vždy ke dni uskutečnění účetního případu.

*Doplňující informace k rozvaze a výkazu zisků a ztrát*

3.1. Hmotný a nehmotný majetek kromě pohledávek  
f) účetní jednotka nemá majetek zatížen zástavním právem

3.2. Pohledávky  
a) Souhrnná výše pohledávek po lhůtě splatnosti 0,-- Kč

3.3. Závazky  
a) Souhrnná výše závazků po lhůtě splatnosti 0,-- Kč  
b) Výše splatných závazků na sociální zabezpečení 0,-- Kč  
c) Výše splatných závazků na zdravotní pojištění 0,-- Kč  
d) Výše evidovaných daňových nedoplatků 0,-- Kč

V Třeboni dne 10.2.2015

David Čapek

.....  
jednatel společnosti