

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního
podnikatelského záměru**

**Commencing the business activity based on a specific
business plan**

Václav Viktorin

Plzeň 2015

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2014/2015

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Václav VIKTORIN**
Osobní číslo: **K12B0398P**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**
Název tématu: **Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru**
Zadávací katedra: **Katedra podnikové ekonomiky a managementu**

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

1. Popište postup založení podniku.
2. Představte podnikatelský záměr a zhodnoťte jednotlivé právní formy podnikání.
3. Vypracujte zakladatelský projekt.
4. Zhodnoťte konkurenceschopnost a rizika, vypracujte SWOT analýzu.


Rozsah grafických prací: **neuveden**
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 60 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

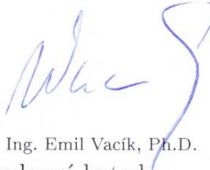
- **FOTR, Jiří a SOUČEK, Ivan.** *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování.* 1. vydání. Praha: Grada Publishing a. s., 2005. ISBN 80-247-0939-2.
- **SRPOVÁ, Jitka a ŘEHOŘ, Václav a kol.** *Základy podnikání.* 1. vydání. Praha: Grada Publishing a. s., 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
- **SRPOVÁ, Jitka; SVOBODOVÁ, Ivana; SKOPAL, Pavel; ORLÍK, Tomáš.** *Podnikatelský plán a strategie.* 1. Vydání. Praha: Grada Publishing a. s., 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.
- **SYNEK, Miroslav a KISLINGEROVÁ, Eva a kol.** *Podniková ekonomika.* Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-740-0336-3.
- **VEBER, Jaromír a SRPOVÁ, Jitka a kol.** *Podnikání malé a střední firmy.* 3. vydání. Praha: Grada Publishing a. s., 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Milena Jiřincová, Ph.D.**
Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: **25. října 2014**
Termín odevzdání bakalářské práce: **24. dubna 2015**


Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný
děkan




Doc. Ing. Emil Vacík, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 25. října 2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru“

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni, dne 24. 4. 2015

.....

podpis autora

Poděkování

Rád bych poděkoval, Ing. Mileně Jiřincové, Ph.D., vedoucí bakalářské práce za pravidelné konzultace a za předání cenných rad, neboť významným podílem přispěly ke zpracování mé bakalářské práce.

Obsah

Obsah.....	5
Úvod.....	8
1 Podnikatelský subjekt dle právních forem podnikání	10
1.1 Podnikání fyzických osob.....	10
1.2 Podnikání právnických osob.....	11
1.2.1 Osobní společnosti	11
1.2.2 Kapitálové společnosti.....	12
1.2.3 Družstvo	13
1.2.4 Ostatní formy.....	13
2 Specifika konkrétní právní formy zvoleného podniku	14
2.1 Základní kapitál	14
2.2 Podíl na zisku a ztrátě.....	14
2.3 Ručení.....	14
2.4 Společenská smlouva.....	14
2.5 Kmenový list.....	15
2.6 Orgány společnosti	15
2.6.1 Valná hromada	16
2.6.2 Jednatelé.....	16
2.6.3 Dozorčí rada	17
2.7 Založení a vznik společnosti.....	17
3 Podnikatelský plán	18
3.1 Účel podnikatelského plánu.....	18
3.2 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu.....	18
3.3 Struktura podnikatelského plánu	19
4 Kroky nutné ke vzniku společnosti VT Bikeworks s.r.o.....	22
4.1 Sepsání a podpis společenské smlouvy	22
4.2 Složení vkladů	22
4.3 Získání živnostenského oprávnění.....	23
4.3.1 Ohlášení živnosti	23
4.3.2 Poplatky.....	23
4.4 Zápis společnosti do obchodního rejstříku.....	24
4.4.1 Vyplnění inteligentního formuláře	24

4.4.2	Přílohy	24
4.4.3	Datum zápisu a poplatky	25
4.4.4	Vznik společnosti	25
4.4.5	Registrace u ostatních institucí.....	25
5	Podnikatelský plán VT Bikeworks s.r.o.....	27
5.1	Základní údaje	27
5.2	Organizační struktura	29
5.2.1	Mzdy.....	30
5.3	Poskytované služby	31
5.4	Analýza trhu	32
5.4.1	Vymezení potenciálního trhu	32
5.4.2	Odhad velikosti potencionálního trhu	34
5.5	Analýza konkurence	35
5.5.1	Specialized Concept Store - Cyklocentrum Vondráček	35
5.5.2	Jízdní kola RAMALA	35
5.5.3	Rock Point a.s.....	36
5.5.4	HEPOS	36
5.5.5	Cyklo ATOM s.r.o.	36
5.6	Analýza dodavatelů	37
5.6.1	Spona s.r.o.	37
5.6.2	SCOTT Sports SA.....	37
5.6.3	ALERO.....	38
5.6.4	Sweep sport s.r.o.	38
5.6.5	123Kolo.....	38
5.6.6	Účetní Dana Viktorinová	39
5.6.7	ČEZ a.s.	39
5.6.8	O2 Czech Republic a.s.	39
5.7	Marketing a prodej.....	40
5.7.1	Marketingový mix	40
5.8	Finanční plán a rozpočty.....	43
5.8.1	Náklady na založení společnosti	44
5.8.2	Vklady společníků.....	44
5.8.3	Počáteční provozní náklady	44

5.8.4	Leasing automobilu	45
5.8.5	Mzdy.....	46
5.8.6	Zahajovací rozvaha	47
5.8.7	Předpokládané roční náklady	48
5.8.8	Plán tržeb.....	48
5.8.9	Výkaz zisku a ztráty	51
6	SWOT Analýza	53
7	Předpokládaný budoucí vývoj.....	55
	Závěr.....	56
	Seznam tabulek	58
	Seznam obrázků	59
	Seznam použité literatury.....	60
	Seznam příloh.....	63

Úvod

Podnikání je velice náročná činnost, ale pro mnohé jedince je zároveň nejzávažnějším zdrojem příjmů. Vyžaduje velkou zodpovědnost, kterou nemůže nést každý, proto si musí každý začínající podnikatel uvědomit, zda má správné schopnosti a znalosti pro oblast podnikání, kterou si vybral. Po vybrání oblasti podnikání následuje další, neméně důležitý krok. Vypracování kvalitního podnikatelského plánu, ze kterého podnikatel pozná, zda jsou jeho plány rentabilní, a zda má šanci na úspěch. Podnikatelský plán začínajícímu podnikateli také pomůže uvědomit si, co vše bude potřeba k zahájení a provozu jeho podnikání, a také jaká investice bude potřeba.

Hlavním cílem této bakalářské práce je vypracování podnikatelského plánu, který popisuje vznik společnosti zabývající se prodejem a servisem kol v České republice. K dosažení hlavního cíle vedou další podpůrné cíle, kterými jsou zhodnotit možnosti forem podnikání v České republice, vybrat tu správnou a popsat veškeré administrativní náležitosti s ní související. Dalším cílem práce je popsat postup založení podniku a vypracovat již zmíněný podnikatelský plán, ve kterém nesmí chybět základní údaje o společnosti, její organizační struktura a poskytovaných službách. Toto je třeba doplnit analýzami trhu, konkurence a dodavatelů. A na závěr vypracovat marketingový a finanční plán. V neposlední řadě je třeba provést zhodnocení konkurenceschopnosti společnosti pomocí SWOT analýzy a popsat předpokládaný budoucí vývoj společnosti.

V první kapitole jsou rozebrány veškeré dostupné právní formy podnikání na území České republiky a popsáno čím se vyznačují a jaké jsou jejich výhody a nevýhody.

Ve druhé kapitole je využito zjištěných skutečností z kapitoly první a je zde přesněji specifikována právní forma zvolené společnosti. Nacházejí se zde informace o základním kapitálu, způsobu ručení, podílu na zisku a ztrátě a orgánech společnosti.

Třetí kapitola pojednává o teorii podnikatelského plánu. Je zde vysvětlen jeho účel, popsány zásady pro jeho zpracování a také struktura, kterou by měl podnikatelský plán mít a co vše by měl obsáhnout.

Čtvrtá kapitola je věnována nezbytným úkonům pro založení společnosti. Popisuje sepsání společenské smlouvy, způsob složení vkladů, získání živnostenského oprávnění a zápis společnosti do obchodního rejstříku. U všech administrativních úkonů jsou uvedeny i poplatky, které je nutné uhradit, a se kterými se počítá ve finančním plánu.

Pátá kapitola je nejobsáhlejší, protože zahrnuje celý podnikatelský plán. Jsou zde základní údaje o společnosti, dále je popsána organizační struktura společnosti včetně mezd zaměstnanců a popis poskytovaných služeb. Následně jsou zde vypracovány analýzy trhu, konkurence a dodavatelů. V další části této kapitoly je uveden marketingový plán společnosti včetně potřebných financí. A poslední částí této kapitoly je finanční plán a rozpočty, kde jsou veškeré dosavadní informace převedeny do peněžní podoby, je zde zahajovací rozvaha a také plánovaný výkaz zisku a ztráty pro první rok podnikání.

V šesté kapitole je zpracovaná SWOT analýza, kde jsou zhodnoceny silné a slabé stránky společnosti vzhledem ke konkurenci a také příležitosti, kterých může společnost využít a hrozby, které by společnost neměla podcenit.

V poslední kapitole je zhodnocen předpokládaný budoucí vývoj společnosti. Je zde využito především finančních plánů z páté kapitoly.

Na samém konci této bakalářské práce jsou uvedeny přílohy obsahující podpůrná data, která byla využita v jednotlivých kapitolách a také seznam použitých zdrojů, ze kterých bude v průběhu této práce čerpáno.

1 Podnikatelský subjekt dle právních forem podnikání

Na začátku podnikatelských aktivit je nutné zvolit vhodný typ právní formy a s ním související název, pod kterým bude podnikání provozováno. Tato volba samozřejmě není nezvratná, zvolený typ právní formy je možné přetransformovat na jiný. Nicméně správnou počáteční úvahou se můžeme vyhnout dodatečným nákladům a komplikacím.

Podnikání upravuje řada zákonů, například živnostenský zákon, zákon o obchodních korporacích, občanský zákoník a další. (*Veber, Srpová, 2012*)

Podnikatelský subjekt dle právních forem lze rozdělit:

- Firmy jednotlivce – upravuje živnostenský zákon nebo zvláštní předpisy
- Obchodní společnosti – upravuje zákon o obchodních korporacích a zvláštní předpisy
- Družstva – upravuje zákon o obchodních korporacích a zvláštní předpisy
- Veřejné (státní) podniky – upravuje zákon o státním podniku
- Ostatní právní formy podnikání – upravuje občanský zákoník

Podnikat je možné jako fyzická nebo právnická osoba.

1.1 Podnikání fyzických osob

Podnikatelem (neboli osobou samostatně výdělečně činnou) se rozumí:

- osoba podnikající na základě živnostenského oprávnění
- osoba zapsaná v obchodním rejstříku
- osoba podnikající na základě jiného oprávnění podle zvláštního předpisu
- osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence dle zvláštního předpisu (*Veber, Srpová, 2012*)

Fyzické osoby se zapisují do obchodního rejstříku buď na vlastní žádost, nebo povinně, na základě podmínek stanovených obchodním zákoníkem.

Podnikání fyzických osob má jisté výhody, například nižší náročnost na počáteční kapitál nebo nízkou regulaci ze strany státu, ale také spoustu nevýhod, mezi které patří například obtížnější získávání kapitálu, neomezené ručení podnikatele za závazky společnosti a omezená životnost firmy vzhledem k životu podnikatele. (*Synek, 2010*)

1.2 Podnikání právnických osob

Právnická osoba vzniká zápisem do veřejného rejstříku. Právnickou osobou mohou být:

1.2.1 Osobní společnosti

U osobních společností se jedná o podnikání právnických osob. Předpokládá se přímá účast podnikatele na řízení společnosti a zpravidla neomezené ručení společníků za závazky společnosti. Mezi osobní společnosti se řadí:

- veřejná obchodní společnost, zkratka v.o.s.
- komanditní společnost, zkratka k.s. (Veber, Srpová, 2012)

1.2.1.1 Veřejná obchodní společnost

Veřejná obchodní společnost vzniká na základě společenské smlouvy. Mohou ji založit 2 fyzické nebo 2 právnické osoby (nebo kombinace obou, vždy však minimálně 2 osoby). Pokud není ve společenské smlouvě uvedeno jinak, nemusí společníci skládat žádný základní kapitál. Společníci ručí za závazky společnosti neomezeně, celým svým majetkem. Počet hlasů není vázán ke vkladu, každý společník má 1 hlas, pokud společenská smlouva nestanoví jinak. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

1.2.1.2 Komanditní společnost

Komanditní společnost vzniká na základě společenské smlouvy. Musí mít minimálně 2 zakládající osoby a to nejméně 1 komanditistu a 1 komplementáře. Komanditista je společník, u kterého jsou různé druhy ručení:

- ručí omezeně do výše svého nesplaceného vkladu
- ručí za dluhy jako komplementář (jeho jméno musí být uvedeno ve firmě)
- do výše komanditní sumy (pokud je tak uvedeno ve společenské smlouvě)

Komplementář je společník, který ručí neomezeně, celým svým majetkem. Pokud není ve společenské smlouvě uvedeno jinak, má každý ze společníků 1 hlas. Společnost řídí všichni komplementáři, pokud se tohoto práva nezřeknou ve společenské smlouvě. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

1.2.2 Kapitálové společnosti

Zakladatelé a společníci mají povinnost vložit základní vklad. Jejich ručení za závazky je omezené nebo žádné. Mezi kapitálové společnosti patří:

- společnost s ručením omezeným, zkratka s.r.o.
- akciová společnost, zkratka a.s. (*Veber, Srpová, 2012*)

1.2.2.1 Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným zakládá minimálně 1 fyzická osoba nebo 1 právnická osoba, přičemž maximální počet společníků není stanoven. Vzniká sepsáním společenské smlouvy nebo zakladatelské listiny. Od roku 2014 je minimální základní kapitál stanoven na 1 Kč a nejnižší možný vklad také na 1 Kč. Vklady mohou být peněžní, u který stačí při vzniku splatit 30%, i nepeněžní, které se při vzniku musí splatit ve výši 100%. Společníci musí zbytek svých peněžních vkladů splatit nejpozději do 5 let od vzniku společnosti nebo převzetí vkladové povinnosti. Za závazky společnosti ručí společníci společně a nerozdílně do výše nesplacených vkladů, podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku. Nejvyšším orgánem je valná hromada, kde má každý společník právo hlasovat. 1 Kč vkladu se rovná 1 hlasu, pokud není ve společenské smlouvě stanoveno jinak. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

1.2.2.2 Akciová společnost

Charakteristickým znakem akciové společnosti je akcie. Jedná se o cenný papír, se kterým jsou spojena různá práva – např. účast a hlasovací právo na valné hromadě, podíl na zisku společnosti. (*Synek, 2010*)

Zakládá minimálně 1 fyzická nebo 1 právnická osoba. Od roku 2014 již nemůže být založené na základě veřejné nabídky akcií (sukcesivní založení), ale pouze bez veřejné nabídky k upsání akcií. Minimální výše základního kapitálu je 2 miliony korun nebo 80000 eur. Při vzniku musí společníci splatit nejméně 30% jmenovité nebo účetní hodnoty upsaných akcií a případné emisní ážio. Doba splacení vkladu je určena ve stanovách, nejpozději však do podání návrhu o zápisu společnosti do obchodního rejstříku. Statutárním orgánem je představenstvo. Dále je zde valná hromada, kde mají právo účasti a hlasování všichni společníci, počet hlasů společníka je roven počtu akcií v jeho držení. A posledním kontrolním orgánem akciové společnosti je dozorčí rada. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

1.2.3 Družstvo

Dle odborné literatury je družstvo společenství neuzavřeného počtu osob, jejímž primárním cílem nemusí být vytvářet zisk, ale poskytovat společníkům nějaký užitek. V České republice můžeme najít spotřební, úvěrová nebo bytová družstva. (*Synek, 2010*)

Zakládají ho minimálně 3 osoby, konáním ustavující schůze, která přijme stanovy, jmenuje členy do orgánů družstva (představenstvo a kontrolní komise) a schválí způsob splnění základního členského vkladu. Společníci musí vklady splatit nejpozději 15 dnů od konání ustavující schůze. Za závazky družstva neručí. Statutárním orgánem je představenstvo, nejvyšším orgánem je členská schůze, kde má každý společník jeden hlas. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

1.2.4 Ostatní formy

Ostatní formy upravují speciální zákony. Možnými formami v EU jsou:

- Evropská společnost
- Evropské hospodářské zájmové sdružení
- Evropská družstevní společnost (*Švarcová a kol., 2014*)

Ostatními právními formami v ČR jsou:

- Společnost (dříve sdružení podnikatelů)
- Smlouva o tichém společenství
- Státní podnik (*Švarcová a kol., 2014*)

2 Specifika konkrétní právní formy zvoleného podniku

Po prostudování právních forem podnikání byla pro tento podnik vybrána společnost s ručením omezeným, a proto je tato práce v následující části zaměřena na základní pojmy a právní specifika této formy podnikání detailněji, protože jejich znalost je velmi důležitá pro další postup založení podniku.

2.1 Základní kapitál

Od 1. ledna 2014 je základní kapitál společnosti s ručením omezeným stanoven na 1 Kč a zároveň minimální vklad jednoho společníka je 1 Kč, pokud není ve společenské smlouvě stanoveno jinak. Tím pádem ztrácí základní kapitál roli garance a je nutné, aby byla zajištěna ochrana věřitelů jinými způsoby např. test insolvence nebo přísnější pravidla správy. Vklad společníků může být i nepeněžitý, v tomto případě musí být oceněný znalcem vedeným v seznamu znalců. Při založení musí společníci uhradit alespoň 30% vkladu a zbytek nejpozději do 5 let ode dne vzniku společnosti. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

2.2 Podíl na zisku a ztrátě

Hlavním důvodem vlastnění podílu ve společnosti s ručením omezeným je podíl na zisku. Zisk určený valnou hromadou se rozdělí mezi společníky v poměru k jejich podílům, přičemž částka k rozdělení nesmí překročit výši hospodářského výsledku navýšenou o nerozdělený zisk z minulých let a sniženou o ztráty minulých období a přiděly do rezervních a jiných fondů. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

2.3 Ručení

Ručení se dělí na dva typy. Prvním typem je ručení společnosti, která za své závazky ručí celým svým majetkem. Druhým typem je ručení společníků, kteří za závazky společnosti ručí společně a nerozdílně do výše souhrnu nesplacených vkladů k stavu zapsaném v obchodním rejstříku. Tato povinnost jim samozřejmě zaniká po splacení veškerých vkladů a zapsání tohoto stavu do obchodního rejstříku. V některých případech může soud nově rozhodnout o tom, že jednatel ručí i svým vlastním majetkem za splnění povinností s.r.o. (například úhradu dluhů.) (*Veber, Srpová, 2012*)

2.4 Společenská smlouva

Společenská smlouva je základním a nejdůležitějším dokumentem společnosti s ručením omezeným. Má zákonem danou obligatorní písemnou podobu, a proto musí být notářsky ověřena. Společenská smlouva může být v průběhu života společnosti měněna dohodou všech

společníků, pro kterou se vyžaduje veřejná listina nebo stanoví-li tak společenská smlouva, může být měněna rozhodnutím valné hromady. (Veber, Srpová, 2012)

Ze zákona musí společenská smlouva obsahovat:

- firma společnosti, předmět podnikání nebo činnosti společnosti
- určení společníků (jméno a bydliště), určení druhu jejich podílů a výši vkladů včetně lhůty pro jejich splacení
- výši základního kapitálu
- počet jednatelů a způsob jejich jednání za společnost
- určení jednatele, kterého zakladatelé zvolili, popřípadě jména členů ostatních orgánů volených valnou hromadou
- určení správce vkladu
- u nepeněžitých vkladů jejich popis, částku na kolik byl oceněn a určení osoby znalce (Zákon o obchodních korporacích, 2014)

2.5 Kmenový list

Kmenový list je cenný papír, který může představovat podíl společníka, pokud je to určeno ve společenské smlouvě. Může být vydán pouze k podílu, jehož převoditelnost není nijak omezena a také nemůže být veřejně nabízen k obchodování žádném veřejném trhu.

Ze zákona musí obsahovat:

- označení, že se jedná o kmenový list
- jednoznačnou identifikaci společnosti a společníka
- výši vkladu připadající na podíl a označení podílu, k němuž je vydán
- označení kmenového listu, jeho číslo a podpis všech jednatelů (Zákon o obchodních korporacích, 2014)

2.6 Orgány společnosti

V každé společnosti musí být určeny takzvané orgány společnosti, které upravují práva a povinnosti společníků do nich jmenovaných. Nejvyšším orgánem společnosti s.r.o. je valná hromada, dále jsou zde jednatelé a může být stanovena i dozorčí rada. Na tyto orgány se v následující části podíváme podrobněji.

2.6.1 Valná hromada

Jak bylo již zmíněno, jedná se o nejvyšší orgán společnosti. Má právo se jí účastnit každý společník osobně nebo v zastoupení a má právo zde hlasovat. Hlasování probíhá poměrným způsobem, 1 Kč vkladu se rovná jednomu hlasu. Pokud se společník z nějakého důvodu nemůže dostavit, může hlasování dodatečně písemně vykonat, a to nejpozději do 7 dnů od konání valné hromady (dále jen „VH“). VH svolávají jednatelé nejméně jednou za účetní období, pokud společnost jednatele nemá, musí ji svolat jakýkoliv společník. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

Při zahájení VH musí být zvolen předseda a zapisovatel. Přítomní společníci musí být zapsáni do listiny přítomných jménem, bydlištěm a počtem hlasů, kterými disponuje. Na konci musí zapisovatel vyhotovit zápis z jednání a bez zbytečného odkladu ho zaslat všem společníkům.

Mezi kompetence VH patří:

- změna obsahu společenské smlouvy
- změna výše základního kapitálu
- volba a odvolání jednatele a likvidátora
- schvalování udělení a odvolání prokury
- rozhodování o přeměně společnosti
- schválení smlouvy o tichém společníkovi
- rozhodování o změně druhu kmenového listu (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

2.6.2 Jednatelé

Jednatel nebo více jednatelů tvoří statutární orgán společnosti. Přísluší jim obchodní vedení společnosti a musí zajistit řádně vedení předepsané evidence a účetnictví, vedení seznamu společníků a na žádost informovat společníky o věcech společnosti. Jednatel má jménem společnosti oprávnění ke všem právním úkonům v rámci její právní subjektivity. Aby nedocházelo ke konfliktu zájmů, nesmí jednatelé podnikat v předmětu činnosti společnosti, nesmí být členy jiných statutárních orgánů jiných společností a účastnit se na podnikání jiné obchodní korporace jako společník s neomezeným ručením. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

2.6.3 Dozorčí rada

Jedná se o nepovinný orgán, který musí společnost zřídit pouze pokud je tak určeno společenskou smlouvou nebo jiným právním předpisem. Členem dozorčí rady nesmí být jednatel společnosti.

Dozorčí rada:

- dohlíží na činnost jednatelů
- nahlíží do účetních knih, dokladů a účetních závěrek a kontroluje údaje v nich obsažené
- jednou ročně podává zprávu o své činnosti valné hromadě (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

2.7 Založení a vznik společnosti

Pro založení společnosti musíme vykonat několik zásadních kroků. Nejprve je nutné sepsat společenskou smlouvu nebo zakladatelskou listinu podle všech náležitostí uvedených v kapitole 2.4. Dalším krokem je splnění vkladové povinnosti (viz. 2.1), protože společností často vznikají náklady již před zahájením podnikání (např. nájemné, energie nebo platby za zboží). Z toho důvodu je třeba kapitál k uspokojení věřitelů, do doby než začne společnost se svou činností. Dále je třeba zajistit živnostenské nebo jiné oprávnění k výkonu činnosti. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

Společnost vzniká až zápisem do obchodního rejstříku, takže po splnění předchozích kroků je nutné nejpozději do 90 dnů od založení společnosti podat návrh na zápis do obchodního rejstříku. Podávají jej všichni jednatelé pod vlastním jménem a pravost jejich podpisu musí být úředně ověřena. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

Vzhledem k tomu, že založení a vznik společnosti trvá v některých případech poměrně dlouho (mezi 3 týdny a 3 měsíci), vznikl nový druh podnikání – prodej „ready made společností“. To jsou společnosti založené jako neaktivní, za účelem jejich dalšího prodeje. Tím pádem může podnikatel zakoupit novou společnost zapsanou do obchodního rejstříku a začít podnikat okamžitě. Náklady se pohybují okolo 25 tis. Kč. (*Veber, Srpová, 2012*)

3 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je jedním z předpokladů úspěšné realizace podnikatelského záměru a je klíčovým dokumentem, který podnikatel předkládá externím investorům.

Podnikatelský plán je písemný dokument, popisující veškeré vnější a vnitřní faktory, které mohou mít vliv na zahájení podnikatelské činnosti a jeho následného fungování. Měl by odpovědět na 3 základní otázky: kde jsme, kam se chceme dostat a jak se tam dostaneme. Měli by zde být konkretizovány záměry podnikatele pro budoucí období. *(Veber, Srpová, 2012, Srpová, Svobodová, Skopal, Orlík, 2011)*

3.1 Účel podnikatelského plánu

Podnikatelský plán slouží jak k interním tak externím účelům. Interně slouží zejména jako plánovací nástroj, podklad pro rozhodovací procesy a nástroj kontroly. Je tedy využíván, pokud se firma nachází ve stádiu založení nebo stojí před významnými změnami, které mohou mít na firmu dlouhodobý dopad. Navíc může management profitovat z poznatků a analýz, které předcházejí sestavení podnikatelského plánu. *(Veber, Srpová, 2012)*

Externím subjektům je předkládán většinou v případě potřeby externího financování. Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán může významně přispět k získání potřebných finančních prostředků, protože na jeho základě externí subjekty analyzují výhodnost a ziskovost projektu, na který mají poskytnout investici. *(Veber, Srpová, 2012, Srpová, Svobodová, Skopal, Orlík, 2011)*

3.2 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu

Při zpracovávání podnikatelského plánu by měli být respektovány obecně platné zásady. Nejedná se zásady, které by měli podnikatele omezovat, spíše by měli ukázat směr, jak by měl být podnikatelský plán formulován, aby se zvýšil rating společnosti u externích subjektů. *(Srpová, Svobodová, Skopal, Orlík, 2011)*

Podnikatelský plán by měl splňovat následující kritéria:

- **Srozumitelnost**
 - jednoduchý způsob vyjadřování
 - pokud je to vhodné sestavit pro přehlednost tabulku
 - pokud je to možné, podložit svá tvrzení čísly

- **Logická provázanost**
 - myšlenky a skutečnosti na sebe musí logicky navazovat
 - tvrzení si nesmí odporovat a musí být podloženy fakty
- **Přiměřený rozsah**
 - vše stručně a jasně
 - nesmí být vynechány zásadní fakta
- **Pravdivost a reálnost**
 - uváděné údaje musí být pravdivé
 - predikovaný vývoj musí být reálný
- **Respektování rizika**
 - při predikování budoucího vývoje je třeba identifikovat rizika
 - tyto rizika dále analyzovat a navrhnout řešení (*Veber, Srpová, 2012*)

3.3 Struktura podnikatelského plánu

Na trhu působí nepřehledné množství firem, z toho důvodu nelze jednoznačně určit, jak by měl podnikatelský plán vypadat. Je ovšem možné identifikovat jisté části, které by v podnikatelském plánu neměly chybět. (*Srpová, Svobodová, Skopal, Orlík, 2011*)

V podnikatelském plánu by nemělo chybět:

- **Obsah**
 - i když se to zdá jako samozřejmost, často se na něj zapomíná
 - zrychlí vyhledávání a orientaci v dokumentu
 - maximálně 3 úrovně nadpisů, podrobnější je zbytečný
- **Shrnutí**
 - zhuštěná informace, o tom co je dále popsáno podrobněji
 - musí vzbudit zájem číst dál
 - delší než 2 a kratší než 7 stran
 - na konci cíle firmy a cesty k jejich dosažení
- **Popis podnikatelské příležitosti**
 - objasnit v čem spočívá podnikatelská příležitost
 - potřeba přesvědčit čtenáře, že nyní je ten nejvhodnější okamžik
 - popsat kdo náš produkt potřebuje a proč by ho měl využívat

- **Všeobecný popis firmy**
 - základní popis firmy a motivace k jejímu založení
 - popis dosavadní činnosti - pravdivá a ověřená fakta minimálně tři roky zpět
 - definovat misi, vizi, dlouhodobé cíle a strategii
 - nezapomenout na metodu SMART
- **Klíčové osobnosti**
 - na charakteristiku důležitých osob je kladen velký důraz
 - obvykle se uvádí dosažené vzdělání a praktické zkušenosti řídicích pracovníků
 - úplné životopisy nejsou nutné
- **Produkty**
 - podrobný popis produktů v našem portfoliu
 - začneme s produkty co zajišťují největší část obratu
 - porovnat s konkurenčním produktem
- **Potenciální trhy**
 - musíme určit co je celkový trh a cílový trh na který se chceme zaměřit
 - uvedeme zákazníky, kteří mají z produktu užitek, mají k němu přístup a jsou ochotni za něj zaplatit
- **Okolí firmy a konkurence**
 - podnikatel by měl okolí firmy dobře znát a snažit se z nich vytěžit maximum
 - ekonomické, technologické a přírodní činitele, politická situace a legislativní podmínky
 - silné a slabé stránky konkurentů (i těch potenciálních)
- **Prodej**
 - analýza trhu, plánování obratu a prodeje, distribuce produktu
 - reklama, účasti na veletrzích, práce s prospekty
 - časová a obsahová souhra všech prodejních opatření
- **Výroba, provozní činnost**
 - popis výrobních postupů, kapacity, strojů a zařízení
 - v čem je výhoda oproti konkurenci
 - objasnit vztahy s dodavateli

- **Personální otázky**
 - u menších firem stačí uvést na konci každé kapitoly
 - u větších firem je lepší samostatná kapitola
 - přehled o zabezpečení chodu firmy, zvyšování kvalifikace zaměstnanců
 - je vhodné zhodnotit situaci na trhu práce v daném regionu
- **Finanční plán**
 - transformuje předchozí části plánu do finanční podoby
 - plánovaný výkaz zisku a ztráty, rozvaha, cashflow
 - poměrové finanční ukazatele – zejména ukazatele rentability
 - je možné doplnit o bod zvratu, hodnocení efektivnosti investic
 - návrh na financování projektu
- **Rizika podnikatelského plánu**
 - analýza rizik a návrhu jejich preventivních opatření
 - snaha zabránit negativní odchylce od cíle
- **Příloha**
 - výpisy z obchodního rejstříku
 - životopisy klíčových osobností, fotografie
 - výkresy produktů
 - zprávy a články z novin
 - důležité smlouvy, získané certifikáty (*Veber, Srpová, 2012*)

4 Kroky nutné ke vzniku společnosti VT Bikeworks s.r.o.

Následující část je zaměřena na činnosti, které je nutné vykonat před vznikem společnosti s ručením omezeným.

4.1 Sepsání a podpis společenské smlouvy

Společnost VT Bikeworks s.r.o. zakládají dva zakladatelé, proto je nutné sepsat společensko smlouvu, která musí mít formu notářského zápisu. Při sepsání smlouvy u notáře je potřeba přítomnost obou zakladatelů. S tím souvisí odměna notáři, která je závislá na sazbě odměny za úkon notářské činnosti nebo procentuálně z tarifní sazby. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

Procentuální sazby pro výpočet odměny notáři při založení s.r.o. Tyto sazby se vypočítávají ze základního kapitálu podniku a činí:

- 2% z prvních 100 000 Kč základu, nejméně však 600 Kč
- 1,2% z přebývajících částky až do 500 000 Kč základu
- 0,9% z přebývajících částky až do 1 000 000 Kč základu
- 0,5% z přebývajících částky až do 3 000 000 Kč základu
- 0,1% z přebývajících částky až do 20 000 000 Kč základu
- částky nad 20 000 000 Kč se nezapočítávají (*Vyhláška Ministerstva spravedlnosti 196/2001, §13*)

4.2 Složení vkladů

Způsob složení a velikost vkladu každého společníka je určena ve společenské smlouvě. Společnost VT Bikeworks s.r.o. zvolila vložení vkladu na nově vzniklý bankovní účet, který je veden na jméno správce vkladu Václava Viktorina. Poté bude bankou vydáno potvrzení o složení a výši vkladu, k tomu musí být bance předložena společenská smlouva. Toto potvrzení se následně využije při žádosti o zapsání do obchodního rejstříku, jako jeden ze základních dokumentů. Vklad je možné složit přímo u správce vkladu. (*www.businessinfo.cz, 2015*)

Dnem zápisu společnosti do obchodního rejstříku se vklady společníků stávají majetkem společnosti a ta s nimi může jakkoli disponovat. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

V případě společnosti VT Bikeworks s.r.o. se jednalo o vklad 400 000 Kč, na kterém se oba společníci podíleli stejným dílem. Tato částka byla složena jednorázově na bankovní účet.

4.3 Získání živnostenského oprávnění

Základní podmínky podnikání fyzických a právnických upravuje zákon o živnostenském podnikání. Živnostenské oprávnění je možné získat v jednom či několika oborech činností. K provozování prodejny cyklistických potřeb je nutné získat oprávnění v oborech činností, které spadají mezi živnosti volné. (Veber, Srpová, 2012)

Těmi jsou:

- 38. Výroba, oprava a údržba sportovních potřeb, her, hraček a dětských kočárků
- 48. Velkoobchod a maloobchod
- 74. Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti

4.3.1 Ohlášení živnosti

Nejlepším způsobem ohlášení živnosti je podání jednotného registračního formuláře, který slouží nejen k ohlášení živnosti, ale také k oznámení zahájení činnosti vůči dalším správním úřadům – finančnímu úřadu, správě sociálního zabezpečení, zdravotní pojišťovně a úřadu práce. (*business.center.cz, 2015*)

Dále je nutné předložit:

- doklad, že byla právnická osoba zřízena nebo založena, pokud nebyl proveden zápis do obchodního rejstříku nebo výpis z obchodního rejstříku (ne starší než 3 měsíce)
- doklad prokazující právní důvod pro užívání prostor, v nichž má právnická osoba sídlo, není-li již zapsána v obchodním rejstříku
- doklad o zaplacení správního poplatku (*www.businessinfo.cz, 2015*)

4.3.2 Poplatky

Poplatek za ohlášení živnosti činí při vstupu do živnostenského podnikání 1000 Kč. Pokud je ohlášeno současně více živností poplatek je vybírán pouze jednou a je možné ho uhradit přímo na živnostenském úřadě. Při dodatečném ohlašování jedné nebo více živností je vybírán poplatek 500 Kč. (*www.businessinfo.cz, 2015*)

4.4 Zápis společnosti do obchodního rejstříku

Tato podkapitola je zaměřena na kroky, které je nutné vykonat pro zápis společnosti do obchodního rejstříku. Nejprve musí zapisovaný subjekt vyplnit inteligentní formulář pro danou právní formu společnosti, který je rozdělen do tří částí. (*www.businessinfo.cz, 2014*)

Za společnost VT Bikeworks s.r.o. bude návrh na zápis do obchodního rejstříku podávat jednatel společnosti Václav Viktorin. Návrh na zápis bude podáván Krajskému soudu v Plzni.

4.4.1 Vyplnění inteligentního formuláře

V první části musí zapisovaný subjekt vyhledat příslušný rejstříkový soud, kde bude zapsán. Ten je určen místní příslušností zapisovaného subjektu, přičemž rozhodující je adresa sídla subjektu. (*www.businessinfo.cz, 2014*)

Ve druhé části jsou obsaženy veškeré zapisované údaje, týkající se daného subjektu. Jedná se o údaje, které jsou již obsaženy ve společenské smlouvě nebo zakladatelské listině. Konkrétně se jedná o:

- název společnosti, místo podnikání, předmět podnikání
- statutární orgán, počet jeho členů a způsob jednání
- výše základního kapitálu
- prokura, pokud byla udělena
- členy dozorčí rady (u s.r.o. volitelně)
- odštěpné závody
- ostatní skutečnosti (*www.businessinfo.cz, 2014*)

V poslední třetí části se uvádějí následující údaje:

- seznam navrhovatelů (u s.r.o. všichni jednatele)
- požadované datum provedení zápisu
- seznam osob, kteří budou formulář podepisovat
- seznam příloh
- místo a datum vyplnění formuláře (*www.businessinfo.cz, 2014*)

4.4.2 Přílohy

Pro schválení zápisu společnosti je nutné k inteligentnímu formuláři přiložit všechny potřebné dokumenty. Požadované dokumenty se mohou v mnoha případech lišit, proto je při složitějších případech dobré obrátit se na právníka. (*ipodnikatel.cz, 2013*)

Mezi základní přílohy patří:

- živnostenské oprávnění a společenskou smlouvu
- doložení právního důvodu užívání nemovitosti, kde má společnost sídlo
- ženatý společník souhlas manželky k použití společného majetku k podnikání
- souhlas jednatelů s vykonáváním jejich činnosti a jejich podpisové vzory
- prohlášení správce vkladu, jaká část vkladu byla složena (*ipodnikatel.cz, 2013*)

4.4.3 Datum zápisu a poplatky

Na zapsání společnosti do obchodního rejstříku má soud zákonnou lhůtu pěti dnů. Pokud podnikatel chce, aby byla společnost založena později, může v návrhu stanovit konkrétní datum, ke kterému se zápis uskuteční. (*www.penize.cz, 2013*)

Za zapsání do obchodního rejstříku musí podnikatel zaplatit 6 000 Kč v případě společnosti s ručením omezeným a 12 000 Kč v případě akciové společnosti. Tento poplatek je možné uhradit prostřednictvím kolků nebo převodem na bankovní účet soudu. (*www.penize.cz, 2013*)

4.4.4 Vznik společnosti

Společnost může provozovat svou činnost ode dne rozhodnutí soudu o provedení zápisu a vzniká dne jejího zapsání do obchodního rejstříku. Společnost je povinna skutečnost zapsání co nejdříve ohlásit na živnostenském úřadě, kde jí bude vystaven nový výpis z živnostenského rejstříku s novým identifikačním číslem. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

4.4.5 Registrace u ostatních institucí

Ke dni vzniku na společnost padají povinnosti registrovat se u několika institucí. Pokud bude společnost zaměstnávat zaměstnance, je povinna registrovat se do registru zaměstnanců na příslušné správě sociálního zabezpečení a u zdravotních pojišťoven jednotlivých zaměstnanců nejpozději 8 dnů od vzniku. (*www.cssz.cz, 2013*)

Dále je podnikatel povinen do 30 dnů od vzniku společnosti podat přihlášku k registraci na příslušném finančním úřadě.

Je nutné provést registraci:

- k dani z příjmu fyzických osob
- k dani z přidané hodnoty
- v případě vlastnictví nemovitosti k dani z nemovitosti
- v případě využívání motorových vozidel k silniční dani
- v případě zaměstnanců přihláška k dani z příjmu jako plátcí (daně z příjmu ze závislé činnosti a daně z příjmu vybírané zvláštní sazbou daně) (*www.ipodnikatel.cz, 2013*)

5 Podnikatelský plán VT Bikeworks s.r.o.

Tato kapitola je zpracována jako podnikatelský plán společnosti VT Bikeworks a její organizační struktura. Podnikatelský plán je vypracován podle zásad uvedených ve třetí kapitole této práce.

5.1 Základní údaje

Společnost byla pojmenována VT Bikeworks s.r.o. V názvu je důležité spojení „Bikeworks“, protože z tohoto spojení je jasně vidět, čím se společnost zabývá a co je jejím posláním – prodej a servis kvalitních jízdních kol a s tím spojeného příslušenství.

Misí společnosti je „Využít zkušenosti z profesionální cyklistiky k pomoci lidem ve výběru cyklistického vybavení a následné konzultace a přizpůsobení kol každému zákazníkovi.“ Mise společnosti vystihuje přesně to, co chce společnost dělat, tj. nejen prodat kolo, ale dále přizpůsobit kolo fyziologickým dispozicím každého jedince, aby se předešlo zbytečným zraněním a nepohodlí, a tím se zajistila absolutní spokojenost jedince.

Vizí společnosti je „Do dvou let se staneme se stabilní a prosperující společností s velkou základnou spokojených zákazníků ze všech odvětví cyklistiky.“

Z hlediska právní formy se bude jednat o společnost s ručením omezeným. Tato právní forma byla zvolena z důvodů nízkého nároku na základní kapitál a omezeného ručení společníků. Dále k tomuto rozhodnutí přispěla jednoduchost založení a také možný nízký počet zakládajících členů.

Společnost bude situována v Plzni v Gerské ulici 34, přímo v nákupním centru Plzeňka na největším plzeňském sídlišti. V blízkosti tohoto komplexu se nachází parkoviště a zastávka MHD, navíc je tento komplex díky stávajícím prodejnám (JYSK, NORMA, STOTEX, řeznictví, pekařství atd.) vysoce frekventovaný. Dále jsou zde k dispozici atraktivní reklamní plochy pro nájemníky zdarma. Námi zvolený prostor je 125 m² velký a je po kompletní rekonstrukci, včetně klimatizace a bezbariérového přístupu. Za pronájem tohoto prostoru si majitel účtuje 36 000 Kč měsíčně. Mapu polohy prodejny naleznete v příloze A. (*www.netrealit.cz, 2015*)

Na logu společnosti je abstraktně znázorněný cyklista na kole. Toto logo bylo vybráno z několika návrhů díky jeho jednoduchosti a zajímavosti. Logo je zobrazeno na další stránce.

Obrázek č. 1: Logo společnosti VT Bikeworks s.r.o.



Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

Společnost má dva zakladatele. Jedním z nich je Václav Viktorin, který je zároveň jednatelem společnosti a druhým zakladatelem je tichý společník Tatiana Martynová. Slečna Martynová podepsala smlouvu o tichém společenství a poskytla polovinu základního jmění společnosti, které činí 400 000 Kč, na druhou stranu je podnikatel Václav Viktorin povinen vyplácet slečně Martynové část čistého zisku vyplývajícího z jejího podílu. (*Zákon o obchodních korporacích, 2014*)

Vznik společnosti je odhadován na v polovině listopadu 2015, kdy bude pod svým IČ: 02370646 a DIČ: CZ02370646 zapsaná do obchodního rejstříku.

Hlavní činností společnosti VT Bikeworks s.r.o. bude prodej a servis jízdních kol. Společnost má za cíl zaměřit se na více tržních oblastí. První oblastí je prodej kvalitních závodních kol a doplňků pro amatérské i profesionální cyklisty. Druhou oblastí je prodej kol a doplňků dobré kvality rekreačním cyklistům, podle posledního výzkumu je cyklistika nejrozšířenější sport na světě. Třetí oblastí, na kterou se společnost zaměřuje, je poprodejní servis kol.

Na rozdíl od konkurence, chce vedení společnosti VT Bikeworks s.r.o. využít svých zkušeností z profesionální cyklistiky a nabídnout zákazníkům nastavení posedu, které využijí jak závodní, tak i amatérští cyklisté. Podle výzkumu je důležitou částí výkonu správný posed jezce a většina lidí si to uvědomuje a snaží se správný posed najít. Správným nastavením posedu se dá předejít bolestem zad a krční páteře a pro zákazníka se jízda na kole stane celkově pohodlnější a přirozenější.

Mezi cíle této společnosti patří:

- během prvního roku podnikání získat stálou klientelu
- stát se jedničkou v plzeňském kraji v nastavování posedů

5.2 Organizační struktura

V případě společnosti VT Bikeworks s.r.o. se, kvůli nízkému počtu zaměstnanců, nebude jednat o složitou víceúrovňovou organizační strukturu. Velkou část práce bude zastávat přímo majitel obchodu.

V čele celé společnosti stojí její majitel Václav Viktorin. Pan Viktorin studuje na Západočeské univerzitě v Plzni na ekonomické fakultě ve třetím ročníku obor Podniková ekonomika a management. Pan Viktorin má dlouholeté zkušenosti z oblasti cyklistiky a dlouhodobě se pohybuje v profesionální cyklistice v České republice i za jejími hranicemi. Čtyři roky jezdí za český kontinentální tým AC Sparta Praha, díky čemuž má blízké kontakty s vedením i s hlavním sponzorem a výrobcem kol Scott.

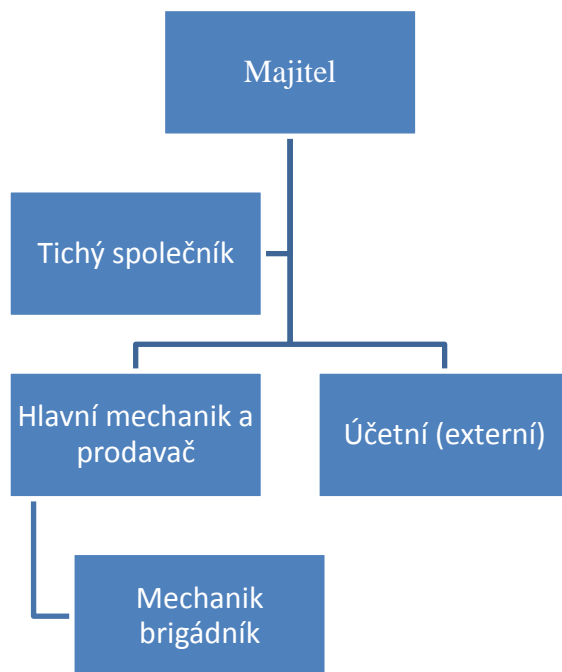
Majitel má na starosti řízení celého obchodu a s ním spojené záležitosti. Vytváří podnikové strategie, stanovuje podnikové cíle a zároveň kontroluje jejich plnění. Dále se zabývá finančními analýzami, ale i analýzami trhu a dalšími. Schvaluje finanční rozpočty a vytváří a zabezpečuje realizaci marketingové, nákupní a prodejní politiky. Aktivita administrativního typu bude podnikatel vykonávat z domova nebo přímo v obchodě.

Účetnictvím a celým účetním systémem společnosti je pověřena účetní Dana Viktorinová, která ve společnosti figuruje jako externista a společnost VT Bikeworks s.r.o. je jeden z několika jejích klientů. Služby účetní budou propláceny proti faktuře, proto odpadá zaměstnavateli povinnost hradit sociální a zdravotní pojištění za zaměstnance. Povinnostmi účetní budou provádění účetních operací, zápisy jednotlivých účetních položek, vystavování faktur a kontrolou účetních dokladů, inventarizací majetku, agendou daní a mzdovou politikou společnosti. Na konci roku účetní sestaví účetní závěrku společnosti.

Prodejem a servisem kol v obchodě se bude zabývat hlavní mechanik Tomáš Holub. Dále bude přijat brigádník Tomáš Viktorin, který se bude zabývat servisem kol a bude se přímo zodpovídat hlavnímu mechanikovi. Tomáš Viktorin podepsal dohodu o provedení práce a odpracuje 25 hodin měsíčně, tak aby nebyl překročen zákonem daný limit pracovní doby 300 hodin ročně.

Poslední složkou společnosti je nastavení posedů, za které bude zodpovídat vyškolený technik. Zatím jediným vyškoleným technikem je majitel Václav Viktorin. Nastavení posedu je nutné objednat dopředu, proto by pro majitele neměl být problém tuto funkci zastávat.

Obrázek č. 2: Organizační struktura společnosti VT Bikeworks s.r.o.



Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

5.2.1 Mzdy

Tato podkapitola bude zaměřena na mzdové náklady zaměstnanců a externích pracovníků, jejichž služby bude společnost využívat. V tabulce na následující straně jsou uvedena jména, činnost, vztah ke společnosti, hodinová sazba a počet odpracovaných hodin za měsíc a měsíční náklady.

Tabulka č. 1: Mzdy zaměstnanců

Jméno	Právní vztah	Činnost	Hodinová sazba	Počet hodin za měsíc	Měsíční náklady
Tomáš Holub	Pracovní poměr	Mechanik, prodavač	110 Kč/hod.	160 hod.	23 584 Kč/měs.
Tomáš Viktorin	Dohoda o provedení práce	Mechanik	75 Kč/hod.	25 hod.	1 875 Kč/měs.
Dana Viktorinová	Externí (faktura)	Účetní	400 Kč/hod.	4 hod.	1 600 Kč/měs.

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

V případě Tomáše Holuba se jedná o hrubou hodinovou mzdu, ale měsíční náklady jsou již vyjádřeny jako superhrubá mzda. Tomáš Viktorin nepřesáhne měsíčně částku 10 000 Kč, proto neodvádí zdravotní a sociální pojištění. Náklady na účetní se mohou lišit v závislosti na náročnosti práce. V období kolem účetní závěrky je třeba počítat s vyššími náklady, které se mohou od uvedeného značně odchylovat.

5.3 Poskytované služby

Hlavní činností, ze které jsou očekávány největší zisky, je prodej jízdních kol. V prodeji je třeba rozdělit si zákazníky a sortiment na více částí. Hlavní částí je prodej závodních kol profesionálním a amatérským cyklistům. Zejména segment amatérských závodních cyklistů se v poslední době značně rozrůstá. Důležitým faktorem na této skutečnosti je popularita závodní cyklistiky v české republice, která má díky dobrým výsledkům českých závodníků na světové úrovni stoupající tendenci. Součástí kola je i nastavení správného posedu systémem RETUL.

S prodejem kol úzce souvisí jejich poprodejní servis a prodej náhradních dílů. V této činnosti se společnost zaměřuje mimo jiné na celkovou revitalizaci starších modelů kol, která zahrnuje kompletní výměnu lanek, bovdenu, řetězu, brzdových destiček a v případě potřeby galusek a také kontrolu pevnosti vypletených kol a případné přepletení.

Dále společnost bude prodávat dresy a ostatní oblečení pro jízdu na kole. U této činnosti nejsou očekávány velké zisky, protože v současné době vzniká v české republice mnoho

cyklistických oddílů, které si nechávají šít vlastní cyklistické oblečení, a téměř každý amatérský cyklista v nějakém oddílu jezdí a kupuje si oblečení týmového designu.

Poslední částí společnosti VT Bikeworks s.r.o. je správné nastavení posedu na kole. Nastavení posedu je možné díky novým technologiím. Společnost VT Bikeworks s.r.o. bude pro nastavení posedu využívat technologii RETUL System. Na cyklistu se na strategická místa upevní elektrody a je snímán speciální kamerou, která posílá pohyb elektrod do počítače. Z těchto údajů počítač vypočítá, v jakém úhlu se nacházejí končetiny cyklisty, porovná je s ideálními hodnotami a ukáže, co je třeba zlepšit. Na základě této studie může technik provést optimalizaci posedu cyklisty a provést novou kontrolu. Správný posed na kole zabezpečí maximální přenos síly do pedálů a tím pádem významně přispívá ke zvýšení výkonu cyklisty. Správný posed nepřispívá pouze ke zvýšení výkonu, ale zároveň se díky správnému šlapaní šetří klouby a předchází se bolesti beder a krční páteře.

Využití této technologie zaručuje absolutní objektivitu při nastavování posedu a v Plzeňském kraji se nenachází žádná jiná společnost, která by tuto technologii používala. Technologie, kterou využívá konkurence, je popsána v kapitole Analýza konkurence.

Společnost VT Bikeworks s.r.o. má v plánu prodávat kola a doplňky značky Scott, dále bude výhradním dovozcem Taiwanské značky Alero, která vyrábí kvalitní a levná kola a příslušenství ke kolům. Tato značka v Čechách zatím zastoupení nemá. Dále společnost zahájila spolupráci s oděvní značkou Sweep, která bude dodávat sportovní oblečení.

5.4 Analýza trhu

Pokud chce podnikatel uspět, musí najít trh, který bude mít o jeho výrobky nebo služby zájem, proto většinu investorů především zajímá, jestli takový trh existuje. Proto musí být provedena analýza trhu, která musí obsáhnout informace o velikosti trhu, obvyklé výnosnosti, ale i překážkách vstupu na trh nebo zákaznících.

5.4.1 Vymezení potenciálního trhu

V případě společnosti VT Bikeworks s.r.o. bude trh rozdělen podle několika hledisek. Trh je vymezen následovně:

- z teritoriálního hlediska
- z hlediska zákazníků společnosti
- z hlediska konkurence (*Veber, Srpová, 2012*)

Teritoriální vymezení trhu – Hlavním trhem, na kterém bude společnost VT Bikeworks s.r.o. působit, je Česká republika. Z teritoriálního hlediska bude společnost působit zejména v Plzi a v Plzeňském kraji, odkud bude pocházet naprostá většina zakázek. Z důvodu povahy poskytovaných služeb společnost VT Bikeworks s.r.o. zatím nemá v plánu expandovat za hranice plzeňského kraje a na toto teritorium se chce plně soustředit.

Vymezení trhu dle zákazníků – Zákazníky společnosti je možné rozdělit do tří velkých skupin, z nichž každá má na obchod specifické požadavky.

První skupinou jsou profesionální cyklisté, kteří na začátku sezóny dostávají ve většině případů kolo od týmu. Z toho důvodu budou v obchodě poptávat zejména servis kol, spojený s nákupem součástek na kolo. Navíc by tento segment zákazníků, měl být největší klientelou nastavení posedu, protože v profesionální cyklistice je důležitý každý watt výkonu a profesionální cyklisté dobře vědí, jak je správné nastavení posedu důležité.

Druhým zákaznickým segmentem jsou amatérští závodní cyklisté, kteří si celá kola musí kupovat samy. Navíc v dnešní době záleží na správném posedu i amatérským závodníkům, proto by měl tento segment využít celou škálu služeb této společnosti, a tím pádem i přinášet nejvyšší zisk.

Posledním segmentem jsou rekreační cyklisté, u kterých se předpokládá nákup levnějších modelů kol a jejich servis. Ostatní služby budou pro tento segment nezajímavé.

Dále je možné dělit zákazníky z demografického hlediska. Z tohoto pohledu budou využívat služby tohoto podniku z větší části muži, protože v závodní cyklistice je naprostá většina cyklistů mužského pohlaví. Mezi rekreačními cyklisty je zastoupení žen mnohem větší než v oblasti závodní cyklistiky, proto je zde nutné zaměřit se také na sortiment dámských kol.

Z hlediska věku nelze specifikovat, která část populace bude pro tento podnik významnější. Cyklistice se lidé mohou věnovat v každém věku.

Společnost VT Bikeworks s.r.o. plánuje zaměřit se pouze na konečné spotřebitele, prodávat své zboží a služby firmám neplánuje. Plánuje pouze spolupráci s mládežnickým oddílem cyklistiky SCM Plzeň a cyklistickým klubem AC Sparta Praha.

Vymezení trhu dle konkurence – V oblasti prodeje kol a cyklistických doplňků lze v současné době v České republice nalézt značnou konkurenci. Přímé konkurenční subjekty

společnosti VT Bikeworks s.r.o. budou vymezeny a analyzovány v kapitole analýza konkurenčních subjektů.

5.4.2 Odhad velikosti potenciálního trhu

Při odhadu velikosti potenciálního trhu je nutné řídit se odbornou literaturou. Bude použit kvalifikovaný odhad, při kterém se bude vycházet z poptávkové strany. Základním údajem, od kterého se bude vše odvíjet, jsou průměrné roční výdaje na rekreaci a kulturu na obyvatele. Vynásobením těchto výdajů středním počtem obyvatel v Plzeňském kraji je získán odhad velikosti potenciálního trhu. Dále bude vypočten meziroční růst nebo pokles velikosti daného potenciálního trhu. (Mařík a kol., 2011)

Velikost potenciálního trhu na začátku sledovaného období výrazně rostla v řádech desítek procent ročně. Od roku 2010 dochází k mírné korekci tohoto trendu, v průměru o procento a půl ročně, což pro náš tržní segment nemusí mít velký vliv. Vše zde uvedeno je zaznamenáno v tabulce pod tímto odstavcem.

Tabulka č. 2: Odhad velikosti potenciálního trhu (2006-2013)

Rok	Průměrné roční výdaje na rekreaci a kulturu (v Kč/obyv.)	Střední stav obyvatelstva v Plzeňském kraji	Velikost potenciálního trhu (v tis. Kč)	Meziroční tempo růstu trhu (%)
2006	9 925	554 537	5 503 779	
2007	10 930	561 074	6 132 538	11,42%
2008	11 816	569 627	6 730 712	9,75 %
2009	11 856	571 863	6 780 007	0,73%
2010	11 823	572 045	6 763 394	-0,24%
2011	11 588	571 709	6 624 963	-2,04%
2012	11 289	572 687	6 465 063	-2,41%
2013	11 225	573 469	6 437 189	-0,43%

Zdroj: Vlastní zpracování dle Rodinné účty a Pohyb obyvatelstva (ČSÚ), 2015

5.5 Analýza konkurence

Jednou z příčin neúspěchu podnikatelů je podcenění konkurence, proto je důležitou součástí podnikatelského plánu analýza silných a slabých stránek konkurence. Prvním krokem analýzy je sepsání všech subjektů, které mohou podnikateli konkurovat. Dalším krokem by měla být důkladná analýza sortimentu přímých konkurentů. *(Veber, Srpová, 2012)*

V následující části této práce budou popsáni přímí konkurenti společnosti VT Bikeworks s.r.o.

5.5.1 Specialized Concept Store - Cyklocentrum Vondráček

Jedná se o franchisu společnosti Specialized, která je jedním z největších výrobců kol na světě. Kola Specialized je možné vidět u největších světových profesionálů, ale i na běžných městských silnicích. Tato společnost sídlí v centru Plzně v parkovacím domě Rychtářka, dále má své pobočky v Sokolově a Karlových Varech. Plzeňská pobočka byla otevřena roku 2014, takže je na regionálním trhu nováčkem. *(www.cyklo-vondracek.cz, 2015)*

V sortimentu společnosti Cyklocentrum Vondráček nalezneme jízdní kola a doplňky značek Specialized, Kellys, Merida, Shimano a Sram, a dále také elektrokola značek Specialized, E-totem a Lovelec. Dále poskytuje servis kol a také garanční prohlídky a seřízení u nich zakoupených kol zdarma. Mimo prodeje a servisu se Cyklocentrum Vondráček věnuje, jako jediný z konkurentů, nastavení správného posedu. Tato společnost však používá metodu BG Fit, která je značně subjektivní a záleží na osobnosti mechanika, který posed nastavuje. Konkurenční výhodou této společnosti je možnost zapůjčení testovacích modelů kol a doplňků. *(www.cyklo-vondracek.cz, 2015)*

5.5.2 Jízdní kola RAMALA

Další konkurenční sítí cykloobchodů jsou obchody Jízdní kola RAMALA s.r.o., které mají sedm prodejen. V plzeňském kraji nalezneme hned tři prodejny, hlavní v Plzni u Chodského náměstí a další v Klatovech a Domažlicích. Dále mají dva obchody v Praze, jeden v Rakovníku a Táboře. Tato společnost vznikla již roku 1992 a její hlavní činností je prodej kol a doplňků a jejich následný servis. Pro společnost VT Bikeworks s.r.o. bude samozřejmě největší konkurencí plzeňský obchod, proto se v dalším rozboru zaměříme právě na něj. *(kola.ramala.cz. 2015)*

V sortimentu této společnosti nalezneme širokou škálu kol různých výrobců. Mezi nejpopulárnější výrobce kol, které zde můžeme nalézt, patří Author, Merida, GT, Focus, Cannondale a Ghost. Tato prodejna také nabízí širokou škálu elektrokol Agogs, Winora a

Haibike a dopřků a náhradních dílů Shimano, Campagnolo a Sram. Dále poskytuje servis kol a garanční prohlídky zdarma. Ze všech analyzovaných konkurenčních subjektů má tato společnost nejširší sortiment nabízeného zboží. (*kola.ramala.cz, 2015*)

5.5.3 Rock Point a.s.

Společnost Rock Point a.s. vznikla již v roce 1997, kdy otevřela první prodejnu v Praze. V dalších letech tato společnost dále expandovala a otvírala další prodejny, nejprve v Praze, poté se začala rozšiřovat po celé České republice. V dnešní době společnost vlastní 19 prodejen, z nichž jedna se nachází v Plzni v Americké ulici. Plzeňská několika patrová prodejna je největší prodejnou outdoorového vybavení v západních Čechách a jedno patro je vyhrazeno právě cyklistickým potřebám, v ostatních patrech nalezneme potřeby pro ostatní sporty jako je běh, turistika, horolezectví nebo lyžování. V následujícím odstavci se zaměříme pouze na sortiment cyklistického zboží. (*www.rockpoint.cz, 2015*)

V sortimentu plzeňské prodejny je velký výběr kol Scott, Specialized, 4ever a Bianchi. Dále se v prodejně vyskytuje autorizovaný servis značek francouzského výrobce zapletených kol Mavic, výrobce odpružených vidlic RockShox a výrobců komponentů Shimano a Sram. Prodejna také poskytuje stavbu kol na zakázku dle přání zákazníka, kompletní servis jízdních kol, a také garanční prohlídky po najetí určitého počtu kilometrů pro kola zde zakoupená zdarma. (*www.rockpoint.cz, 2015*)

5.5.4 HEPOS

Dalším z konkurenčních subjektů je Cyklocentrum HEPOS, které bylo založeno v roce 1990 jako maloobchodní prodejna. Po třech letech byl zahájen také provoz velkoobchodu pro celý Západočeský a částečně i Středočeský kraj. V následujících letech se rozvíjely obě tyto činnosti. Maloobchodní prodejna sídlí v Plzni ve Slovanské ulici. (*www.hepos.cz, 2015*)

V sortimentu této společnosti jsou převážně kola značek Autor, Focus a Superior a komponenty značky Shimano. Prodejna je operativně zásobována z vlastního velkoobchodu, který sídlí v Plzni v Barvínkově ulici. (*www.hepos.cz, 2015*)

5.5.5 Cyklo ATOM s.r.o.

Posledním z konkurenčních subjektů je společnost Cyklo ATOM s.r.o. Tato společnost vznikla v roce 2013 v obchodním centru Atom v Plzni v Sokolovské ulici. Díky stále se zvyšujícím tržbám otevřeli druhou prodejnu v Písku. Z hlediska konkurence bude popsána pouze plzeňská prodejna. (*www.horska-silnicni-kola.cz, 2015*)

V sortimentu této prodejny nalezneme kola značek Focus, Kellys a Scotta, dále oblečení značek Kellys, Scott a Sweep. Velkou výhodou této společnosti je celoroční možnost pro zákazníka vyzkoušet kolo na krytém okruhu. Dále je v prodejně nabízena káva zdarma. Samozřejmě tato společnost provádí servis kol a garanční prohlídky a seřízení u nich zakoupených kol zdarma. (*www.horska-silicni-kola.cz, 2015*)

5.6 Analýza dodavatelů

Společnost VT Bikeworks s.r.o. bude mít široké portfolio dodavatelů, které jí pomůže vytvořit příjemné prostředí a uspokojit veškeré potřeby i těch nejnáročnějších zákazníků. V portfoliu společnosti se vyskytují jak dodavatelé zboží (Scott, Alero, Sweep), tak i dodavatelé služeb, jako je například účetní Dana Viktorinová. Ze začátku se společnost musí zaměřit na dodavatele vybavení pro sklad a prodejnu, poté se bude soustředit na dodavatele zboží, se kterými uzavře smluvní vztahy týkající se dodání produktu. Zde bude usilovat zejména o dlouhodobou oboustranně výhodnou spolupráci. Mezi dodavatele je samozřejmě nutné zařadit i energetické, softwarové nebo telekomunikační společnosti.

V následujících podkapitolách budou podrobně popsáni jednotliví dodavatelé této společnosti.

5.6.1 Spona s.r.o.

Společnost Spona s.r.o. je jednou z prvních společností v České republice, která se zabývá vybavením obchodů. Tato společnost vlastní čtyři prodejny, dvě v Praze a po jedné v Brně a Bratislavě. Mezi její klienty patří jak jednotlivé prodejny a butiky, tak i celé obchodní řetězce. (*www.spona.cz,2015*)

Sortiment této společnosti obsahuje potřeby pro kompletní vybavení prodejen a zároveň je schopna veškerý sortiment přizpůsobit konkrétní prodejně a ujmout se instalace celého vybavení. (*www.spona.cz, 2015*)

Společnost VT Bikeworks s.r.o. využije tohoto dodavatele po nákup prodejního pultu, nástěnných drátěných prodejních systémů, regálů a prodejních systémů na oblečení ZOA.

5.6.2 SCOTT Sports SA

Společnost SCOTT Sports vznikla roku 1958 v Americe jako společnost vyrábějící a prodávající lyžařské potřeby. Roku 1970 rozšířila pole své působnosti i do oblasti motokrosu, kde se zaměřila na brýle, boty a ostatní příslušenství. Roku 1978 expandovala do Evropy, kde bylo založeno sídlo společnosti ve švýcarském Fribourgu. Přelomovým rokem byl rok 1989, kdy tato firma představila první aerodynamické řídítka pro časovku a triatlon a na tento

úspěch navázala roku 1992, kdy vyrobila první celoodpružené kolo. Postupem času se sortiment společnosti stále rozrůstal a nyní je společnost silným hráčem na všech trzích, kam expandovala. (*www.scott-bikes.com, 2015*)

Společnost VT Bikeworks s.r.o. bude od tohoto dodavatele odebírat všechny typy kol, oblečení a doplňků pro cyklisty. Dále tato společnost poskytne stojany na kola do prodejny.

5.6.3 ALERO

Společnost ALERO je taiwanská společnost, která vznikla roku 2013. Zabývá se výrobou a prodejem karbonových a titanových kol a karbonových doplňků. V České republice zatím nemá zastoupení, a proto je na našem trhu zatím neznámá, ale vedení společnosti VT Bikeworks s.r.o. věří, že si výrobky společnosti ALERO, díky své kvalitě a rozumné ceně, najdou své příznivce i na českém trhu. (*www.alerobikes.com, 2015*)

Od tohoto dodavatele bude společnost VT Bikeworks s.r.o. odebírat, jak celá zkompletovaná kola, tak i jednotlivé části, jako jsou např. zapletená kola, řídítka, představce, rámy a ostatní doplňky.

5.6.4 Sweep sport s.r.o.

V tomto případě je důležité zmínit provázanost se společností EXE Jeans, která se zabývá šitím a prodejem oblečení pro každodenní nošení a značka Sweep vznikla pouze jako prodejní značka sportovního oddělení firmy EXE Jeans. Postupem času však došlo k oddělení obou značek a roku 2012 vznikla samostatná společnost Sweep sport s.r.o. Avšak v tomto případě provázanost společností nekončí, protože obě společnosti sdílí prodejny v obchodních centrech po celé České republice. (*www.sweepSPORT.com, 2015*)

Tento dodavatel bude společnosti VT Bikeworks s.r.o. dodávat cyklistické dresy a outdoorové oblečení.

5.6.5 123Kolo

Tato společnost vznikla v roce 1995 v Karlových Varech jako velkoobchod kol RETA, poté začala rozšiřovat svůj sortiment i o náhradní díly a doplňky pro cyklistiku. Po celou svou obchodní činnost zásobuje množství obchodů zejména na západě Čech. V dnešní době funguje kromě velkoobchodu také internetový obchod 123Kolo. (*www.123kolo.cz, 2015*)

Od této společnosti bude firma VT Bikeworks s.r.o. odebírat zejména cyklistické spotřební zboží, mezi které patří například lanka, bovdeny, brzdové destičky a kotouče, náhradní duše a

lepení, koncovky, kazety, dráty a niple, lahve a podobně. Díky rychlosti dodávek od této společnosti je možné je řešit operativně podle aktuální situace v prodejně.

5.6.6 Účetní Dana Viktorinová

Dana Viktorinová je rodinný příslušník majitele Václava Viktorina. V oboru účetnictví malých a středních podniků a daňového poradenství má dlouholetou, téměř 15-ti letou praxi. Pro účetnictví firem používá účetní program Money S3.

Pro společnost VT Bikeworks s.r.o. bude zpracovávat veškeré úkony související s účetnictvím, od počáteční rozvahy, přes evidenci přijatých a vydaných faktur a majetku, mzdové účetnictví, evidenci daňových povinností až po účetní závěrku.

5.6.7 ČEZ a.s.

ČEZ, a.s. je společnost, která se zabývá především výrobou a rozvodem elektřiny a tepla. Majoritním akcionářem ČEZu je stát, který vlastní přibližně 70% akcií. Akcie jsou obchodovány na pražské a varšavské burze od roku 1993. V dnešní době se hodnota akcie pohybuje kolem 600 Kč. Díky tomu činí její základní kapitál více než 50 miliard Kč a to z této společnosti dělá jednu z největších firem v České republice. (*Skupina ČEZ, 2015*)

Společnost VT Bikeworks s.r.o. se rozhodla odebírat elektřinu právě od tohoto dodavatele.

5.6.8 O2 Czech Republic a.s.

Tato společnost se sídlem v Praze, patří mezi největší telekomunikační společnosti na světě. Akcie této společnosti se obchodují na pražské burze, v dnešní době se cena jedné akcie pohybuje lehce pod hranicí 200 Kč/akcie, proto její tržní kapitalizace činí něco přes 60 miliard korun. (*Burza cenných papírů Praha, 2015*)

Společnost O2 CZ a.s. nabízí široké portfolio služeb, mimo telekomunikačních služeb poskytuje také internetové služby a digitální televizi. Dále prodává telefony a tablety. V oblasti telekomunikací nabízí společnost O2 CZ a.s. širokou škálu tarifů, jak pro běžné občany, tak pro podnikatele. (*O2 Czech Republic, 2015*)

Firma VT Bikeworks s.r.o. bude od tohoto dodavatele odebírat telekomunikační služby (tarif FREE CZ) a internet (20 Mb/s) a dále mobilní telefony pro majitele a do prodejny.

5.7 Marketing a prodej

Na obchodním úspěchu společnosti se velkou měrou podílí marketing a následný prodej portfolia výrobků. Z tohoto důvodu je nezbytnou součástí podnikatelského plánu také přiblížení marketingové strategie a plánu prodeje. Při tvorbě marketingové strategie se podnikatel musí zaměřit na tři oblasti strategie:

- výběr cílového trhu
- určení pozice na trhu
- rozhodnutí o vhodném marketingovém mixu (*Srpová, Svobodová, Skopal, Orlík, 2011*)

První dvě oblasti, tj. výběr cílového trhu a určení pozice na trhu jsou podrobně rozpracovány v kapitole 5.4, a proto se následující podkapitola zaměřuje pouze na marketingový mix.

5.7.1 Marketingový mix

Marketingové činnosti zahrnují širokou škálu oblastí, které je nutné pro efektivní marketing brát v úvahu. Tradičně se hovoří o tzv. marketingovém mixu, což je soubor marketingových nástrojů, které společnosti využívají pro dosažení svých marketingových cílů. Klasický marketingový mix je definován jako 4P marketingu – product, price, place, promotion. Do českého jazyka je možné to přeložit jako výrobek, cena, distribuce a komunikace se zákazníky. (*Kotler, Keller, 2012*)

V následujících podkapitolách je popsáno každé P marketingového mixu zvlášť.

5.7.1.1 Výrobek

Výrobky společnosti VT Bikeworks s.r.o. nebudou výrazně odlišné od stávajících výrobků na trhu. V oblasti cyklistiky je sortiment výrobků široký, je ovšem velmi obtížné výrazně se odlišit od společností podnikajících ve stejném oboru.

Portfolio produktů společnosti VT Bikeworks s.r.o. (popsané již v kapitole 5.3):

- prodej jízdních kol a náhradních dílů
- servis jízdních kol
- prodej cyklistického a outdoorového oblečení
- nastavení posedu na kole

Navzdory monotónnosti produktů v tomto odvětví, našla společnost VT Bikeworks s.r.o. způsob, jak se odlišit. Tím je využití nejnovější technologie nastavení posedu RETUL, která

spočívá v připevnění elektrod na strategická místa na cyklistově těle a jejich následné snímání při jízdě na kole speciální kamerou, která zaznamenává pohyb elektrod a dále ho posílá do počítače. Z těchto údajů počítač vypočítá, v jakém úhlu se nacházejí končetiny cyklisty, porovná je s ideálními hodnotami a ukáže, co je třeba zlepšit. Na základě této studie může technik provést optimalizaci posedu cyklisty a provést novou kontrolu. Správný posed na kole zabezpečí maximální přenos síly do pedálů a tím pádem významně přispívá ke zvýšení výkonu cyklisty. Využití této technologie zaručuje absolutní objektivitu při nastavování posedu a v Plzeňském kraji se nenachází žádná jiná společnost, která by tuto technologii používala. Technologie BG Fit, kterou využívá konkurence, byla zmíněna v kapitole 5.5. Hlavní rozdíl mezi těmito technologiemi spočívá v tom, že u nastavení technologií BG Fit hraje významnou roli subjektivní posouzení technika, který optimalizaci provádí, a proto může dojít k výraznému zkreslení. Oproti tomu při nastavení posedu metodou RETUL, je vše posuzováno počítačem podle stále stejných podmínek, a z tohoto důvodu je vyloučené jakékoliv zkreslení.

5.7.1.2 Cena

V České republice je možné najít několik konkurenčních prodejen se stejnou nebo podobnou nabídkou kol. Avšak pokud porovnáme cenu stejných modelů kol v různých prodejnách zjistíme, že se cena může lišit v průměru až o 20%. Například u modelu horského kola Scott Scale 940 přesahuje rozdíl mezi cenami nejlevnějšího a nejdražšího obchodu hodnotu 30%. (*heureka.cz, 2015*)

Společnost VT Bikeworks s.r.o. při sestavování ceníku vychází z cen konkurenčních prodejen. Jak již bylo uvedeno výše, interval pro stanovení ceny podle konkurenčních subjektů je široký. S ohledem na doprovodné služby, které tato společnost poskytuje k zakoupeným kolům zdarma, cílí cenu do horní poloviny tohoto intervalu. Ceník vybraného zboží je uveden v příloze B.

Zákazníci si budou moci zvolit mezi několika způsoby plateb:

- platba v hotovosti
- platba kartou
- bankovním převodem (v případě internetového obchodu)

5.7.1.2 Distribuce

Prodejna společnosti je situována v nákupním centru Plzeňka v Plzni. Toto místo bylo vybráno ze strategických důvodů. Nákupní centrum leží v srdci košuteckého sídliště, kde žijí tisíce lidí. Také se zde nacházejí i prodejny řeznictví a pekařství, proto je v tomto nákupním centru vysoká frekvence pohybu lidí. Navíc se toto centrum nachází u zastávky tramvaje číslo 4.

Dále společnost provozuje internetový obchod, který mimo prodeje zboží slouží také jako forma propagace. Při nákupu přes internet si zákazník může zvolit z několika možností odběru:

- osobní odběr v kamenné prodejně (zdarma)
- doručení balík do ruky Českou poštou (99 Kč)
- expresní balík zaslaný službou PPL (85 Kč)

5.7.1.3 Komunikace

Komunikace je nejviditelnějším prvkem marketingového mixu. Jedná se o systém metod, kterými se společnost snaží dostat do podvědomí zákazníka, upozornit na své portfolio zboží, na jeho kvalitu či cenu. Mezi formy marketingové komunikace patří reklama, podpora prodeje, public relations, přímý prodej a přímý marketing. *(Srpová, Řehoř, 2010)*

Propagace produktů a služeb společnosti VT Bikeworks s.r.o. se zaměří zejména na internetové stránky, které si společnost nechá zřídit. Společnost má zakoupenou doménu www.vtbike.cz. Na těchto stránkách bude existovat již zmíněný internetový obchod, a také zde na hlavní stránce budou vyvěšovány akce, které tato společnost pořádá.

Návrhem a realizací webových stránek bude pověřen webdesignér Tomáš Hrubý. Tato osoba byla vybrána na základě referencí zákazníků, a také podle designu již vytvořených stránek. Cena této služby by se měla pohybovat kolem 15 000 korun, záleží na konkrétních požadavcích majitele společnosti. Následnou údržbu a aktualizaci stránek již bude provádět majitel společnosti. Hlavními informacemi, které společnost chce na stránkách mít, jsou základní informace o společnosti a kontaktní údaje, popis produktů a služeb, ceník, fotogalerie, aktuálně pořádané akce a samozřejmě možnost online nákupu. Návrh designu stránek bude plně v kompetenci webdesignéra. Dalším požadavkem je jednoduchá orientace v internetových vyhledávačích.

Další formou propagace je bezplatné založení profilu společnosti na stránkách jako je facebook.com, firmy.cz a linkedin.cz. A také polepení služebního automobilu, jehož návrh a realizace bude v kompetenci již zmíněného Tomáše Hrubého. Odhadovaná cena se pohybuje kolem 2 000 korun. (*tomac1.net, 2015*)

Posledním prvkem propagace je sponzoring kontinentálního týmu AC Sparta Praha a plzeňského mládežnického oddílu TJ ZČE cyklistika Plzeň, což by mělo mít za následek kladné „public relations“. Sponzoring bude probíhat ve formě poskytování servisu kol a nastavení posedu zdarma, lepší ceny na celý sortiment zboží a poskytnutí omezeného množství spotřebního cyklistického zboží zdarma. Na druhou stranu sponzorované oddíly budou mít povinnost propagovat společnost VT Bikeworks s.r.o. a zakomponovat logo společnosti do designu dresů.

V následující tabulce je zpracován odhadovaný marketingový rozpočet, který společnost využije. Poskytování servisu a zboží sponzorovaným oddílům se neprojeví jednorázově, proto je v tabulce odhadovaná částka za rok.

Tabulka č. 3: Marketingový rozpočet

Položka	Cena
Webové stránky a doména	15 000,-
Polep automobilů	2 000,-
Sponzoring	20 000,-
Celkem	37 000,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

5.8 Finanční plán a rozpočty

Finanční plánování je neodmyslitelnou součástí finančního řízení. Jeho úkolem je převést strategie a cíle podniku do finanční podoby a předvídat potřebu finančních zdrojů na příští období, a tím eliminovat všechny problematické situace, ke kterým by mohlo v budoucím vývoji společnosti dojít. (*Veber, Srpová, 2012*)

V následujících podkapitolách budou přiblíženy veškeré náklady spojené se vznikem společnosti, dále bude vypracována počáteční rozvaha a tato kapitola bude zakončena plánem prodeje.

5.8.1 Náklady na založení společnosti

Pro založení společnosti je třeba vykonat několik administrativních úkonů, které jsou zpoplatněny. Nyní budou tyto poplatky analyzovány podrobněji. V případě této společnosti půjde o poplatky za ohlášení živnosti, odměnu notáři za sepsání společenské smlouvy, poplatek za ověření kopií a poplatek za zapsání společnosti do Obchodního rejstříku. Všechny tyto poplatky jsou shrnuty v následující tabulce.

Tabulka č. 4: Administrativní poplatky

Činnost	Poplatek
Ohlášení živnosti	1 000,-
Společenská smlouva	5600,-
Ověřené kopie	400,-
Návrh na zápis do OR	6 000,-
Celkem	13 000,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

Poplatek za sepsání společenské smlouvy byl určen podle paušálních sazeb uvedených v kapitole 4.1. Všechny poplatky uvedené výše, v celkové částce 13 000 korun, uhradí ze svého účtu jednatel společnosti Václav Viktorin, po vzniku společnosti mu budou tyto peníze vráceny z účtu společnosti.

5.8.2 Vklady společníků

Vklady společníků jsou pouze peněžního charakteru a jejich celková výše činí 400 000 korun, na které se společníci podílejí rovným dílem a stejně tak se bude postupovat v případě dělení zisku. Zisk se mimo jiné může dělit i do rezervního fondu nebo mezi případné investice společnosti.

5.8.3 Počáteční provozní náklady

Po zaplacení administrativních nákladů pro založení společnosti a po úspěšném vzniku společnosti vše teprve začíná. K provozu potřebuje společnost určité vybavení. V případě společnosti VT Bikeworks s.r.o. se jedná zejména o vybavení prodejny a nákupu zboží. Další položkou, kterou je nutné sem zahrnout, je nákup automobilu na leasing, který je podrobněji popsán v následujících kapitolách. Poslední skupinou jsou náklady na marketing, které byly propočteny v kapitole 5.7.1.3. Základní položky prodejny a jejich ceny jsou shrnuty v tabulce na následující straně.

Tabulka č. 5: Počáteční provozní náklady

Položka	Jednorázové náklady
Pořízení zboží	710 000,-
Vybavení prodejny	31 000,-
Kancelářské vybavení	25 000,-
Pořízení automobilu (leasing)	543 524,-
Marketingové náklady	37 000,-
Celkem	1 346 524,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

Položka pořízení zboží obsahuje nákup přibližně třiceti kol značek Scott a Alero v hodnotě 520 000 korun, kde by měly být zastoupeny různé typy a cenové kategorie kol. Dále obsahuje roční pronájem technologie RETUL v hodnotě 30 000 korun. Nákup doplňků a příslušenství ke kolům od dodavatele 123-kolo.cz v hodnotě 150 000 korun. Poslední částí této položky je nákup cyklistického oblečení značky Sweep v hodnotě 30 000 korun.

Vybavení prodejny zahrnuje prodejní pult, stojany na oblečení ZOA a drátěný program od společnosti Spona s.r.o. Do kancelářského vybavení je zahrnut notebook a příslušenství k němu a dále tiskárna od společnosti Alza.cz a.s. Leasing automobilu bude podrobně popsán v následující kapitole.

5.8.4 Leasing automobilu

Pro potřeby společnosti VT Bikeworks s.r.o. byl zvolen automobil Škoda Octavia Combi, zakoupený na leasing od společnosti ŠkoFin. Leasingová smlouva bude uzavřena na dva roky, s úrokovou mírou 5,5% a první splátkou 20% ceny automobilu (88 580 korun). Měsíční splátka po zahrnutí havarijního pojištění se spoluúčastí 10% bude činit 9 478 korun. Po uplynutí doby leasingu bude zůstatková cena automobilu nulová. Pro přehlednění je pod tímto odstavcem tabulka, kde je zobrazen zjednodušený splátkový kalendář.

Tabulka č. 6: Leasing

Měsíc	Splátka	Zůstatková cena
0	88 580,-	454 944,-
1	9 478,-	445 466,-
2	9 478,-	435 988,-
-	9 478,-	-
-	9 478,-	-
47	9 478,-	9 478,-
48	9 478,-	0,-
Celkem	543 524,-	

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

5.8.5 Mzdy

Při zahájení svého podnikání bude mít společnost VT Bikeworks s.r.o. pouze jednoho stálého zaměstnance a jednoho brigádníka zaměstnaného na dohodu o provedení práce. V následující tabulce jsou shrnuté veškeré náklady související se mzdami zaměstnanců.

Tabulka č. 7: Rozdělení měsíčních mzdových nákladů

	Mechanik, prodavač	Mechanik (brigádník)
Superhrubá mzda	23 584,-	1 875,-
ZP zamv. 9%	1 584,-	-
SP zamv. 25%	4 400,-	-
Hrubá mzda	17 600,-	1 875,-
ZP zamc. 4,5%	792,-	-
SP zamc. 6,5%	1 144,-	-
Sleva na poplatníka	2 070,-	2 070,-
Záloha na daň	1 470,-	-
Čistá mzda	14 194,-	1 875,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

V případě brigádníka je příjem nižší než 5 000 korun měsíčně, a z toho důvodu nemusí odvádět sociální a zdravotní pojištění a také neodvádí zálohy na daň z příjmu. Na konci účetního období zahrne jeho mzdu do daňového přiznání.

5.8.6 Zahajovací rozvaha

Tato kapitola je zaměřená na zahajovací rozvahu společnosti VT Bikeworks s.r.o., která je zpracovaná v následující tabulce.

Tabulka č. 8: Zahajovací rozvaha

Aktiva		Pasiva	
1. Dlouhodobý majetek	639 524,-	1. Vlastní zdroje	400 000,-
Samostatné movité věci	543 524,-	Základná kapitál	400 000,-
Dlouhodobý drobný majetek	66 000,-		
Dlouhodobý nehmotný majetek	30 000,-		
2. Oběžný majetek	1 070 000,-	2. Cizí zdroje	1 395 524,-
Bankovní účet	380 000,-	Dlouhodobé úvěry	543 524,-
Pokladna	20 000,-	Dodavatelé	766 000,-
Zboží	670 000,-	Závazky ke společníkům	86 000,-
3. Ostatní aktiva	86 000,-		
Náklady příštích období	86 000,-		
Aktiva celkem	1 795 524,-	Pasiva celkem	1 795 524,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

Mezi dlouhodobý majetek společnosti je zařazen automobil, který společnost VT Bikeworks s.r.o. zakoupila na leasing a z toho důvodu jej neodepisuje. Společnost dále vlastní notebook, tiskárnu a nářadí pro mechanika, jejichž cena nepřekračuje hodnotu 40 000 korun, a proto jsou, dle zákona o účetnictví, zařazeny do dlouhodobého drobného majetku, a z toho důvodu je společnost neodepisuje. Tento majetek bude účtován na účet 518 – *Náklady z drobného dlouhodobého majetku*. Dále společnost vlastní dlouhodobý nehmotný majetek ve formě technologie RETUL, kterou má pronajatou od společnosti Scott sports.

Oběžný majetek společnosti tvoří peníze na bankovním účtu a zboží pořízené od dodavatelů uvedených v předchozí části práce. Poslední částí aktiv společnosti jsou náklady příštích období, které zahrnují administrativní poplatky, marketingové aktivity a první nájemné za

užívání budovy. Tyto poplatky uhradil majitel společnosti Václav Viktorin ze svého účtu a po zahájení provozu společnosti mu budou tyto náklady vráceny.

Mezi pasivy společnosti je základní kapitál, který představuje peníze na bankovním účtu a v pokladně. Cizími zdroji společnosti jsou dlouhodobé úvěry, které představují leasing automobilu. Dále závazky za dodavatelem zboží a roční nájemné technologie RETUL. Poslední položkou cizích zdrojů jsou závazky ke společníkům, které představují náklady majitele před zahájením provozu společnosti a po zahájení činnosti mu budou vráceny z bankovního účtu společnosti.

5.8.7 Předpokládané roční náklady

V této kapitole bude proveden odhad ročních nákladů. Jedná se pouze o odhad, a proto se skutečné náklady na konci roku mohou značně lišit. V následující tabulce je jejich souhrn.

Tabulka č. 9: Předpokládané roční náklady

Položka	Měsíční náklady	Roční náklady
Nákup zboží	120 000,-	1 440 000,-
Provozní náklady	45 000,-	540 000,-
Marketingové náklady	8 000,-	96 000,-
Mzdové náklady	27 059,-	324 708,-
Leasing	9 478,-	113 736,-
Celkem	209 537,-	2 514 444,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

Položka nákup zboží zahrnuje nákup veškerého zboží od všech dodavatelů, které má společnost v portfoliu. Tato částka se bude odvíjet od požadavků zákazníků a prodejnosti sortimentu. Provozní náklady jsou tvořeny zejména nájemným za nebytové prostory, dále jsou zde zahrnuty poplatky za energie, telefon a internetové připojení, pohonné hmoty a další. Marketingové náklady zahrnují sponzoring týmů a různých sportovních akcí, které má společnost v plánu podporovat. Položka leasing obsahuje měsíční splátku za leasing automobilu, který byl již podrobněji zmíněn výše v této práci.

5.8.8 Plán tržeb

Při plánování tržeb pro první rok činnosti společnosti VT Bikeworks s.r.o. budou uvažovány tři varianty – pesimistická, realistická a optimistická. Počet prodaných kusů položek je odvozen od prodejnosti podobných položek v konkurenčním subjektu Cyklo ATOM a

následně o 10% snížen, protože konkurenční subjekt je již zaběhlý a má stálou klientelu. V následujících výpočtech budou uvažovány průměrné ceny a průměrné náklady. Podrobný postup výpočtů těchto cen je uveden v příloze C.

Průměrné náklady na pořízení jednoho kola vyšly na 13 160 korun a průměrná prodejní cena vyšla na 26 320 korun. Průměrné ceny příslušenství byly vypočteny na 514 korun a náklady na 257 korun. V případě oblečení a doplňků není sortiment tak obsáhlý, proto je možné uvažovat průměrnou cenu oblečení 1 300 korun a náklady 600 korun a v případě doplňků průměrnou cenu 200 korun a náklady 100 korun. Položka práce znamená počet odpracovaných hodin za cenu 300 korun a nastavení posedu za cenu 3 500 korun. Náklady na tyto služby jsou fixní, proto nemohou být v těchto výpočet zahrnuty.

Tabulka č. 10: Pesimistická varianta prodeje

Pesimistická varianta – 1. rok				
Produkt	Ks	Náklady	Tržby	HV
Kola	85 ks	1 118 600,-	2 237 200,-	1 118 600,-
Příslušenství	1 250 ks	321 250,-	642 500,-	321 250,-
Oblečení	200 ks	120 000,-	240 000,-	120 000,-
Doplňky	250 ks	25 000,-	50 000,-	25 000,-
Práce	1 100 hod	-	330 000,-	330 000,-
Nastavení posedu	10 ks	-	35 000,-	35 000,-
Celkem		1 584 850,-	3 534 700,-	1 949 850,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

V pesimistické prognóze prodeje by měli tržby společnosti dosáhnout 3 534 700 korun a po započtení ostatních odhadovaných ročních nákladů by se měl výsledek hospodaření společnosti pohybovat kolem 875 000 korun.

Tabulka č. 11: Realistická varianta prodeje

Realistická varianta – 1. rok				
Produkt	Ks	Náklady	Tržby	HV
Kola	95 ks	1 250 200,-	2 500 400,-	1 250 200,-
Příslušenství	1 300 ks	334 100,-	668 200,-	334 100,-
Oblečení	230 ks	138 000,-	276 000,-	138 000,-
Doplňky	270 ks	27 000,-	54 000,-	27 000,-
Práce	1 200 hod	-	360 000,-	360 000,-
Nastavení posedu	15 ks	-	52 500,-	52 500,-
Celkem		1 749 300,-	3 911 100,-	2 161 800,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

V realistické variantě bylo dosaženo tržeb 3 911 100 korun a po započtení odhadovaných ročních nákladů by se měl výsledek hospodaření společnosti pohybovat kolem 1 087 000 korun.

Tabulka č. 12: Optimistická varianta prodeje

Optimistická varianta – 1. rok				
Produkt	Ks	Náklady	Tržby	HV
Kola	100 ks	1 316 000,-	2 632 000,-	1 316 000,-
Příslušenství	1 350 ks	346 950,-	693 900,-	346 950,-
Oblečení	250 ks	150 000,-	300 000,-	150 000,-
Doplňky	300 ks	30 000,-	60 000,-	30 000,-
Práce	1 300 hod	-	390 000,-	390 000,-
Nastavení posedu	20 ks	-	70 000,-	70 000,-
Celkem		1 842 950,-	4 145 900,-	2 302 950,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

V optimistické variantě prodeje je dosaženo tržeb 4 145 900 korun a po odečtení odhadovaných ročních nákladů je dosaženo výsledku hospodaření 1 228 506 korun.

5.8.9 Výkaz zisku a ztráty

Tato podkapitola je zaměřena na plánovaný výkaz zisku a ztráty za rok 2015. Protože je vznik společnosti odhadován na listopad 2015, výkaz zisku a ztráty zobrazuje pouze dva měsíce činnosti společnosti. Jsou zde zahrnuty veškeré náklady související se založením a vznikem společnosti a s jejím provozem. Opět jsou vytvořeny tři varianty vývoje – pesimistická, realistická a optimistická. Následující tabulka ukazuje plánovaný výkaz zisku a ztráty za rok 2015.

Tabulka č. 13: Plánovaný výkaz zisku a ztráty za rok 2015

Výkaz zisku a ztráty 2015			
	Pesimistická varianta	Realistická varianta	Optimistická varianta
Tržby za prodej zboží a služby	589 116,-	651 850,-	690 983,-
Náklady na prodané zboží a služby	802 070,-	815 775,-	823 579,-
Výkonová spotřeba	80 400,-	80 200,-	80 000,-
Spotřeba materiálu a energie	3 800,-	3 600,-	3 400,-
Služby	76 600,-	76 600,-	76 600,-
Osobní náklady	54 118,-	54 118,-	54 118,-
Mzdové náklady	31 453,-	31 453,-	31 453,-
Náklady na ZP a SP	22 665,-	22 665,-	22 665,-
Daně a poplatky	13 208,-	13 208,-	13 208,-
Ostatní náklady	329 536,-	329 536,-	329 536,-
Provozní výsledek hospodaření	-690 216,-	-640 987,-	-609 458,-
Daň z příjmu	0,-	0,-	0,-
Výsledek hospodaření	-690 216,-	-640 987,-	-609 458

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

Ve výkazu zisku a ztráty jsou zařazeny veškeré počáteční náklady. V položce ostatní náklady je zařazen dlouhodobý drobný majetek a nehmotný majetek společnosti, který společnost účtuje rovnou do nákladových položek, protože nesplňují kritéria pro zařazení do dlouhodobého majetku společnosti. Dále ostatní náklady zahrnují leasingové splátky za dané měsíce a náklady na marketing společnosti. Položka náklady na prodané zboží je vypočtena jako počáteční investice do zboží a předpokládané měsíční náklady podle tří scénářů. Výnosy jsou určeny jako předpokládané tržby podle kapitoly 5.8.8. Výkaz zisku a ztráty za rok 2016 je uveden v příloze D. Rok 2016 by měl být podle předpokladů ziskový.

6 SWOT Analýza

SWOT analýza pomáhá podnikateli vymezit silné a slabé stránky a dále příležitosti a hrozby plynoucí z okolí podniku. Pod písmeny SWOT se skrývá:

- S – strenghts – silné stránky
- W – weaknesses – slabé stránky
- O – opportunities – příležitosti
- T – threats – hrozby (Blažková, 2007)

V následující tabulce je zpracována SWOT analýza v klasické maticové podobě.

Tabulka č. 14: Matice SWOT

	Pomocné	Škodlivé
Vnitřní původ	<ul style="list-style-type: none">• Nastavení posedu v ceně kola• Nová technologie nastavení posedu RETUL• Výhodná lokalita prodejny• Známosti a zkušenosti majitele	<ul style="list-style-type: none">• Nová společnost na trhu• Nemožnost zapůjčení testovacích modelů kol
Vnější původ	<ul style="list-style-type: none">• Zvyšující se počet amatérských cyklistů a závodů v ČR• Zvyšující se zájem o odborné nastavení posedu	<ul style="list-style-type: none">• Vysoký počet konkurenčních subjektů• Snadný vstup konkurence na trh

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

Nejsilnější stránkou společnosti, oproti konkurenci, je nastavení správného posedu, které je zahrnuto do ceny kola a také nejnovější technologie nastavení posedu RETUL. Tyto silné stránky společnosti je nutné vhodně zahrnout do marketingu společnosti, aby se dostaly do povědomí zákazníka. Dalším plusem společnosti je vhodná lokalita prodejny, v obchodním domě uprostřed jednoho z největších plzeňských sídlišť, a také známosti a zkušenosti majitele z oblasti profesionální cyklistiky, které se dají využít v mnoha směrech od získávání nových kontraktů, až po poradenství pro zákazníky.

Společnost VT Bikeworks s.r.o. by měla v co nejvyšší možné míře využít příležitostí, které se na tomto trhu vyskytují. V posledních několika letech je značný nárůst účastníků amatérských

závodů na horských i silničních kolech po celé České republice a také zvyšující se počet závodů v plzeňském kraji, z toho je patrný růst potencionálního trhu, na který se může společnost zaměřit. Další příležitostí je zvyšující se zájem cyklistů o odborné nastavení posedu na jejich kolech, což je způsobeno zejména dobrým marketingem společnosti Specialized, která přišla s odborným nastavováním posedů na trh jako první, avšak v dnešní době ji společnost Scott svou technologií předčila.

Mezi slabé stránky je nutné zařadit její nulovou historii. Společnost je nováčkem na trhu, a tím pádem není v povědomí potencionálních zákazníků a nemá zatím žádné stálé zákazníky, kteří by mohli podávat kladné reference. Toto je třeba změnit pomocí vhodných marketingových tahů. Další slabou stránkou je nemožnost zapůjčení testovacích modelů kol a ostatního příslušenství, jako to dělají některé větší konkurenční subjekty.

Mezi hrozby, se kterými musí společnost počítat, řadíme snadný vstup konkurenčních subjektů na trh a z toho vyplývající jejich vysoký počet. Vedení společnosti však věří, že pokud nepodcení marketingové aktivity, aby se dostala a udržela v podvědomí potenciálních zákazníků, je trh dostatečně velký, aby na něm mohla fungovat společně s konkurencí.

7 Předpokládaný budoucí vývoj

Dle podnikatelského plánu má tato společnost reálnou šanci na úspěch. Na její úspěšnost bude mít obrovský vliv marketing, kterým musí oslovit zákazníky a zvýšit jejich počet, což je přímo spojeno s růstem tržeb.

Na základě finančního plánu je zřejmé, že tato společnost má prostor pro zvýšení variabilních nákladů, za předpokladu stálé ziskovosti. K tomu může dojít, například pokud nebude provozní doba dostačující nebo pokud nebude obsluha prodejny stíhat a bude třeba přijmout další zaměstnance. Dále má společnost prostor čelit nečekaným událostem, které by zapříčinily zvýšení jejích nákladů.

Společnost zatím nemá v úmyslu rozšiřovat své prodejny i do jiných krajů nebo měst, ale pokud by se společnosti dařilo nad očekávání, má v úmyslu investovat do vybudování moderního centra pro odborné nastavení posedu a prodejnu přesunout do větších prostor.

Z těchto důvodů můžeme být ohledně budoucího vývoje společnosti VT Bikeworks s.r.o. optimističtí, avšak kvalitu této společnosti prověří jedině čas

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo popsat postup, kterým by se měl začínající podnikatel řídit při zakládání společnosti a poté vypracovat podnikatelský plán konkrétního začínajícího podniku.

První část této práce je zaměřena na rozdíly mezi jednotlivými právními formami podnikání v České republice a jejich výhody a nevýhody. Výběr správné formy je pro podnikání velmi důležitý, a každý podnikatel by si měl tento výběr náležitě rozmyslet. Po analýze všech možností byla zvolena „společnost s ručením omezeným“. Tato právní forma podnikání byla vybrána z důvodu nízkého požadavku na základní kapitál a omezeného ručení.

Stěžejní část již pojednává o konkrétním podnikatelském záměru společnosti VT Bikeworks s.r.o., která se zabývá prodejem a servisem kol. Tento podnikatelský plán obsahuje veškeré důležité části, které by v klasickém podnikatelském plánu neměly chybět. Jedinou chybějící částí je obsah, který byl vynechán kvůli charakteru této práce a je zahrnut v obsahu celé této práce. V první části tohoto plánu je tato společnost představena. V sortimentu společnosti jsou značky kol Scott a Alero, dále cyklistické oblečení značky Sweep. Hlavní věcí, ve které se tato společnost odlišuje od konkurence, je odborné nastavení posedu pomocí nejnovější technologie RETUL, na jehož propagaci by měl být zaměřen marketing společnosti. V následující části plánu jsou provedeny tři analýzy. Jedná se o analýzu trhu spolu s výpočtem jeho potencionální velikosti. Společnost má v úmyslu působit pouze na trhu v Plzeňském kraji, proto byl analyzován pouze tento trh. V posledních letech je sice viditelná stagnace v rostoucím trendu potencionálního trhu, ale naopak počet amatérských závodů a jejich účastníků je v posledních letech rostoucí, proto se dá i přes slabší ekonomickou situaci předpokládat růst cílového trhu. Dále byly analyzovány hlavní konkurenční subjekty pro tuto společnost, jejich silné a slabé stránky, zde se dá za vůdce trhu a největšího konkurenta považovat franchisingová společnost Specialized Concept Store, která má pobočky po celé České republice a nabízí srovnatelné služby jako společnost VT Bikeworks s.r.o.

Dále byl připojen marketingový plán a rozpočet, ze kterého bude společnost vycházet. Hlavní složkou marketingové komunikace společnosti bude sponzoring kontinentálního týmu AC Sparta Praha a mládežnického oddílu TJ ZČE cyklistika Plzeň, sponzoring jednoho závodu seriálu Giant liga, která se koná v plzeňském areálu rapid a v neposlední řadě internetových stránek www.vtbike.cz.

Poslední částí podnikatelského plánu je finanční plán. Ten shrnuje veškeré počáteční náklady, včetně leasingu automobilu od společnosti ŠkoFin, výpočtu mzdových nákladů a zahajovací rozvahou společnosti. Dále je připojen výpočet předpokládaných ročních nákladů a tržeb ve třech variantách – pesimistická, optimistická a realistická. Z těchto údajů je dále vycházeno při výpočtu předpokládaného výkazu zisku. Z něj je patrné, že při první účetní závěre společnosti vykáže ztrátu, což je způsobeno zkráceným účetním obdobím, protože vznik společnosti je odhadován na listopad 2015 a pouhé dva měsíce nestačí společnosti k pokrytí fixních nákladů.

V poslední části této bakalářské práce je vypracována SWOT analýza, která poukazuje na výhodu, kterou by měla společnost využít, ve formě rostoucího zájmu o amatérskou závodní cyklistiku a zájmu o odborné nastavení posedu, ve kterém by měla být tato společnost nejlepší na daném trhu. Další silnou stránkou společnosti jsou známosti a zkušenosti majitele, které mohou společnosti výrazně pomoci při formulaci marketingového plánu a získávání zákazníků. Naopak by společnost měla dát pozor na vznikající konkurenci na trhu, protože vstup na tento trh není téměř nijak omezený.

Při zpracování této práce si autor uvědomil, jak složité je sestavit kvalitní podnikatelský plán, a jak může být podnikatelský plán užitečný pro podnik, který chce na trhu uspět. Jak je důležité sledovat vývoj trhu a přizpůsobovat se požadavkům zákazníků. Teprve po uplynutí nějakého času se ukáže, zda má tento podnik šanci na úspěch.

Seznam tabulek

Tabulka číslo 1: Mzdy zaměstnanců	30
Tabulka číslo 2: Odhad velikosti potenciálního trhu (2006 – 2013).....	33
Tabulka číslo 3: Marketingový rozpočet.....	42
Tabulka číslo 4: Administrativní poplatky.....	43
Tabulka číslo 5: Počáteční provozní náklady.....	44
Tabulka číslo 6: Leasing	44
Tabulka číslo 7: Rozdělení měsíčních mzdových nákladů	45
Tabulka číslo 8: Zahajovací rozvaha.....	46
Tabulka číslo 9: Předpokládané roční náklady	47
Tabulka číslo 10: Pesimistická varianta prodeje	48
Tabulka číslo 11: Realistická varianta prodeje.....	49
Tabulka číslo 12: Optimistická varianta prodeje.....	49
Tabulka číslo 13: Plánovaný výkaz zisku a ztráty za rok 2015.....	50
Tabulka číslo 14: Matice SWOT.....	52

Seznam obrázků

Obrázek číslo 1: Logo společnosti VT Bikeworks s.r.o.27

Obrázek číslo 2: Organizační struktura společnosti VT Bikeworks s.r.o.29

Seznam použité literatury

BLAŽKOVÁ, Martina. *Marketingové řízení a plánová pro malé a střední firmy* 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, ISBN 978-80-247-1535-3.

HAVEL, Bohumil a SMOLÍKOVÁ, Kateřina. *Zákon o obchodních korporacích 2014* Ostrava: Sagit., 2012. ISBN 978-80-7208-921-5

KORÁB, Vojtěch, MIHALISKO, Marek. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0592-X.

KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. 14. vyd. Boston: Pearson Education, 2012, ISBN 978-0-273-75502-9.

MAŘÍK, Miloš, a kol. *Metody oceňování podniku: proces ocenění – základní metody a postupy*. 3. vyd. Praha: Ekopress s.r.o., 2011, ISBN 978-80-86929-67-5.

SRPOVÁ, Jitka, ŘEHOŘ, Václav, a kol. *Základy podnikání*. Praha: Grada Publishing a.s., 2010. ISBN 978-80-247-3339-5

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

ŠVARCOVÁ, Jena a kol. *Ekonomie stručný přehled*. Zlín: CEED, 2014. ISBN 978-80-87301-19-7

SYNEK, Miroslav a KISLINGEROVÁ, Eva a kol. *Podniková ekonomika*. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 9788074003363

VEBER, Jaromír a SRPOVÁ, Jitka a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. Vydání. Praha: Grada Publishing a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4520-6

VOCHOZKA, Marek. *Metody komplexního hodnocení podniku*. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. ISBN 978-80-247-3647-1

Elektronické zdroje

123kolo s.r.o. *123kolo.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.123kolo.cz/index.php?page=kontakt>

Alero. *alerobikes.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.alerobikes.com/>

Burza cenných papírů Praha. *pse.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.pse.cz/Cenne-Papiry/Detail.aspx?isin=CZ0009093209#OL>

Cyklo ATOM. *horska-silnicni-kola.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-17]. Dostupné z: http://www.horska-silnicni-kola.cz/CYKLOSERVIS-Cyklo-ATOM-c16_0_1.htm

Cyklocentrum Hepos. *hepos.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-17]. Dostupné z: http://www.hepos.cz/ps/index.php?id_cms=4&controller=cms

Cyklocentrum TVR. *cyklo-vondracek.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.cyklo-vondracek.cz/o-spolecnosti~s5.html>

Česká správa sociálního zabezpečení. *cssz.cz* [online]. 2015 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z: <http://www.cssz.cz/cz/nemocenske-pojisteni/novy-zakon-o-nemocenskem-pojisteni/prehled-povinnosti-zamestnavatele.htm>

Epravo. *epravo.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-06]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/zakony/sbirka-zakonu/vyhlaska-ministerstva-spravedlnosti-ze-dne-29-kvetna-2001-o-odmenach-a-nahradach-notaru-a-spravcu-dedictvi-2538.html>

Jednotný registrační formulář. *Business.center.cz* [online]. 2015 [cit. 2014-12-07]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/sablony/s113-crm-jednotny-registracni-formular.aspx>

Jízdní kola Ramala. *kola.ramala.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://kola.ramala.cz/html/o-nas/>

O2 Czech Republic a.s. *o2.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.o2.cz/osobni/>

Pronájem nebytových prostor. *netrealit.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-03]. Dostupné z: <http://www.netrealit.cz/nebytovka-pronajem/plzen-mesto/412-636830>

Rockpoint a.s. *rockpoint.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-17]. Dostupné z: <http://www.rockpoint.cz/prodejny/57/rock-point-plzen-americka>

Rodinné účty. *czso.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/zivotni_uroven_spotreba_domacnosti_prace

Scott sports. *Scott-sports.com* [online]. 2015 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.scott-sports.com/cz/en/company/history/>

Sídlo společnosti VT Bikeworks s.r.o. *mapy.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-17]. Dostupné z: <http://www.mapy.cz/zakladni?x=13.3702916&y=49.7790368&z=18&base=ophoto&q=plze%C5%88>

Skupina ČEZ. *ČEZ, a. s.* [online]. 2015 [cit. 2015-03-02]. Dostupné z: <http://www.cez.cz/cs/o-spolecnosti/cez/profil-spolecnosti.html>

Spona s.r.o. *spona.cz* [online]. © 2015 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: <http://www.spona.cz/o-firme.html>

Srovnávač cen Heureka. *heureka.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-01-10]. Dostupné z: http://jizdni-kola.heureka.cz/f:4269:25284/?gclid=CjwKEAjwiq-oBRC9gvHCsvDdn2cSJACV3DFRhr5vnpJfiKqI-Mk0DFr4XFClqFWN7_LXd2xyf3yvxoCjY7w_wcB

Tomac1 webdesign. *tomac1.net* [online]. 2015 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.tomac1.net/dalsi/cenik-praci>

Zápis do OR. *businessinfo.cz* [online]. 2015 [cit. 2014-12-02]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/zapis-do-obchodniho-rejstriku-ppbi-59886.html#!>

Zápis do OR. *penize.cz* [online]. 2015 [cit. 2014-12-09]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/podnikani/259923-jak-na-zapis-do-obchodniho-rejstriku-navod-a-formulare>

Zápis společnosti do OR. *ipodnikatel.cz* [online]. 2015 [cit. 2014-12-07]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-obchodni-spolecnosti/zapis-firmy-do-obchodniho-rejstriku.html>

Živnost volná v ČR. *businessinfo.cz* [online]. 2015 [cit. 2014-12-02]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/zivnost-volna-po-sidlo-uzemi-cr-4884.html>

Seznam příloh

Příloha A: Mapa sídla společnosti VT Bikeworks s.r.o.

Příloha B: Ceník vybraného zboží společnosti VT Bikeworks s.r.o.

Příloha C: Výpočet průměrných cen

Příloha D: Plánovaný výkaz zisku a ztrát za rok 2016

Příloha A: Mapa sídla společnosti VT Bikeworks s.r.o.



Zdroj: *mapy.cz*, 2015

Příloha B: Ceník vybraného zboží společnosti VT Bikeworks s.r.o.

Kola	
Model	Cena
Scott Aspect 950	12 990,-
Scott Scale 960	29 990,-
Scott Scale 935	49 990,-
Scott Contessa Scale 730	17 490,-
Scott Scale JR 20	8 990,-
Scott Spark 760	39 990,-
Scott Foil 10	79 990,-
Scott Foil 20	59 990,-
Scott Addict 20	62 990,-
Scott Speedster 50	18 990,-
Alero Sprint 6870	94 990,-
Alero SUMMIT	16 990,-
Alero Sprint	38 990,-
Alero X-sky	24 990,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

Služba	Cena
Nastavení posedu	3 500,-
Servis kola	300 Kč/hod
Úschova kola	50 Kč/den

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

Příloha C: Výpočet průměrných cen

Pro výpočet průměrných cen a nákladů byl použit vážený průměr cen zboží, kde váhu představovala odhadovaná prodejnost zboží. Z důvodu velkých cenových rozdílů v sortimentu zboží společnosti je tato metoda aplikovaná pouze na referenční vzorek portfolia, kdy je portfolio rozděleno podle cenových kategorií např. kategorie kola 5-15 tis. zahrnuje prodaná kola v rozmezí od 5 tisíc do 15 tisíc a pro výpočet je uvažován střed tohoto intervalu. Každé kategorii je následně přiřazena váha podle plánovaného podílu položky na tržbách. Pro zjednodušení výpočtu je pořizovací cena uvažována jako polovina prodejní ceny, což u většiny modelů přibližně odpovídá skutečnosti.

Kategorie	Váha	Prodejní cena	Pořizovací cena
Kola 5 – 15 tis.	0,19	1 900,-	950,-
Kola 16 – 25 tis.	0,4	8 000,-	4 000,-
Kola 26 – 35 tis.	0,22	6 600,-	3 300,-
Kola 36 – 50 tis.	0,11	4 620,-	2 310,-
Kola 50 – 70 tis.	0,06	3 600,-	1 800,-
Kola nad 71 tis.	0,02	1 600,-	800,-
Suma	1	26 320,-	13 160,-
Příslušenství pod 200 Kč	0,48	48,-	24,-
Příslušenství 201 – 500 Kč	0,23	58,-	29,-
Příslušenství 501 – 1000 Kč	0,17	128,-	64,-
Příslušenství 1001 – 3000 Kč	0,1	200,-	100,-
Příslušenství nad 3001 Kč	0,02	80,-	40,-
Suma	1	514,-	257,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

Příloha D: Plánovaný výkaz zisku a ztrát za rok 2016

Výkaz zisku a ztráty 2016			
	Pesimistická varianta	Realistická varianta	Optimistická varianta
Tržby za prodej zboží a služby	3 534 700,-	3 911 100,-	4 145 900,-
Náklady na prodané zboží a služby	1 584 850,-	1 749 300,-	1 842 950,-
Výkonová spotřeba	482 400,-	481 200,-	480 000,-
Spotřeba materiálu a energie	22 800,-	21 600,-	20 400,-
Služby	459 600,-	459 600,-	459 600,-
Osobní náklady	305 508,-	305 508,-	305 508,-
Mzdové náklady	178 155,-	178 155,-	178 155,-
Náklady na ZP a SP	127 353,-	127 353,-	127 353,-
Daně a poplatky	1 248,-	1 248,-	1 248,-
Ostatní náklady	209 736,-	209 736,-	209 736,-
Výsledek hospodaření za běžnou činnost	950 958,-	1 164 108,-	1 306 458,-
Ztráta z minulých let	-690 216,-	-640 987,-	-609 458,-
Upravený výsledek hospodaření	260 742,-	523 121,-	697 000,-
Daň z příjmu	49 400,-	99 370,-	132 430,-
Výsledek hospodaření	211 342,-	423 751,-	564 570,-

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2015*

Abstrakt

VIKTORIN, Václav. *Zahájení podnikatelské činnosti na základě konkrétního podnikatelského záměru*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU, 61 s., 2015

Klíčová slova: právní formy podnikání, podnikatelský plán, podnikatelský záměr, finanční plán, SWOT analýza

Tato bakalářská práce se zabývá procesem vzniku konkrétní společnosti s ručením omezeným, která se zabývá prodejem a servisem kol. V teoretické části práce jsou představeny právní formy podnikání v České republice a zvolená právní forma je dále podrobněji rozebrána. Teoretická část je zakončena představením podnikatelského plánu, jeho účelem, strukturou i zásadami pro zpracování. Dále následuje praktická část, kde jsou popsány veškeré administrativní náležitosti, které musí začínající podnikatel splnit. V další kapitole je zpracován kompletní podnikatelský plán, kde jsou základní údaje o společnosti, organizační struktura, analýzy trhu, dodavatelů a konkurence a dále marketingový a finanční plán společnosti. V poslední části práce je uvedena SWOT analýza a předpokládaný vývoj v následujících letech.

Abstract

VIKTORIN, Václav. *Commencing a business activity based on a specific business plan.* Bachelor Paper. Pilsen: Faculty of Economics, WBU in Pilsen, 61 p., 2015

Key Words: legal form, business plan, founding project, financial plan, SWOT analysis

The Bachelor thesis deals with formation process of specific limited liability company engaged in trading and servicing bikes and bicycle components. The theoretical part is focused on explaining the types of legal forms of business in Czech Republic and specification of selected legal form. At the end of the theoretical part there is description of business plan, its purpose, structure and principles. The thesis continues with practical part, which is concentrated on administrative formalities, that every new entrepreneur has to do. In the next part there is elaborated complete business plan of a newly built company, with basic information about the company, organizational structure, market, suppliers and competitors analysis, marketing plan and financial plan. At the end of the thesis there is elaborated SWOT analysis of the company and the expected future development of the company.