ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Vznik podnikatelského subjektu na základě realizace konkrétního podnikatelského záměru

The emergence of a business entity by implementing specific business plan

Libor Bittner

Plzeň 2013

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Vznik podnikatelského subjektu na základě realizace konkrétního podnikatelského záměru“

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

Poděkování

Tímto bych chtěl poděkovat vedoucí mé bakalářské práce Ing. Veronice Leicherové, MBA za pomoc, cenné rady a připomínky, které mi v průběhu práce poskytla.

Obsah

1 Vymezení základních pojmů ... 8

1.1 Podnikání ... 8
1.2 Podnikatel ... 8
1.2.1 Základní vlastnosti podnikatele ... 9
1.3 Podnik ... 10
1.3.1 Znaky podniku ... 10
2 Formy podnikání ... 11

2.1 Živnost ... 11
2.2 Veřejná obchodní společnost ... 11
2.3 Komanditní společnost ... 12
2.4 Společnost s ručením omezeným ... 13
2.5 Akciová společnost ... 15
2.6 Družstvo ... 16
3 Důvody podnikání, jeho rizika a bariery ... 18

3.1 Důvody podnikání ... 18
3.2 Výhody a nevýhody podnikání ... 19
3.3 Bariéry vstupu na trh ... 19
3.4 Subjekty poskytující podporu podnikatelům ... 19
3.5 Výběr vhodného oboru podnikání ... 21
3.6 Příprava podnikatelského záměru ... 22
4 Představení podnikatelského záměru ... 23

4.1 Charakteristika společnosti ... 23
4.1.1 Právní forma společnosti ... 23
4.1.2 Obchodní firma ... 24
4.1.3 Založení společnosti ... 24
4.1.4 Obor podnikatelské činnosti ... 25
4.1.5 Cíle a vize společnosti ... 27
4.1.6 Financování společnosti ... 27
4.1.7 Hygienická opatření ve výrobě a provozu ... 29
5 Postavení společnosti na trhu ... 31

5.1 Situace na trhu s masnými výrobky ... 31
5.2 Analýza konkurence ... 31
5.3 Analýza dodavatelů ... 33
5.3.1 Výběr dodavatelů ... 34
6 Marketingový plán ... 35

6.1 Marketingový mix – 4 P ... 36
6.2 SWOT analýza ... 41
7 Plán personálního zabezpečení ... 43

7.1 Plánování pracovníků ... 43
7.2 Organizační struktura společnosti ... 44
7.3 Pracovní náplň, charakteristika jednotlivých pozic ... 44
7.4 Vznik pracovního poměru ... 46
7.5 Hodnocení a odměňování pracovníků ... 47
7.6 Rozvíjení pracovních dovedností ... 48
8 Finanční plán ... 49

8.1 Zakladatelský rozpočet ... 49
8.2 Zahajovací rozvaha ... 51
8.3 Analýza nákladů ... 52
8.3.1 Plán leasingových splátek ... 54
8.4 Analýza výnosů ... 55
8.5 Zisk ... 56
9 Zhodnocení realizace podnikatelského záměru a dalšího vývoje ... 58
10 Závěr ... 59
Seznam zkratek ... 61
Seznam tabulek ... 62
Seznam obrázků ... 62
Seznam schémat ... 62
Seznam literatury ... 63
Intenetové zdroje ... 63
Zákony ... 64
Seznam příloh ... 65

Úvod

Důvodem vybrání tématu bakalářské práce Vznik podnikatelského subjektu na základě realizace konkrétního podnikatelského záměru byla především touha autora pokusit se zrealizovat vlastní podnikatelský plán na základě vymyšlené koncepce. Prvotní pohnutka vedoucí k tomuto nápadu nastala při čtení různých odborných článků popisující úspěch obchodníků, kteří začínali z ničeho a dokázali vybudovat konkurenceschopný, fungující podnik s dlouhodobou perspektivou. Velmi motivující byla slova, že člověk musí věřit svému záměru, jít za stanoveným cílem a nenechat se odradit negativním postojem svého okolí.

Práce bude rozdělena na několik kapitol, kde budou popsány jednotlivé úkony související se založením podniku.

První část bude věnována teoretickému popisu důležitých pojmů pro lepší pochopení problematiky. Budou rozebrány jednotlivé právní formy podnikání jako komanditní společnost, společnost s ručením omezeným, akciová společnost a jiné, včetně vymezení jejich charakteristik a popisu překážek při založení. Poslední úsek teorie bude věnován obecným důvodům podnikání, pomoci a barierám, výhodám a nevýhodám s tím související.

Praktická část bude popisovat plán konkrétního podnikatelského záměru. Pro realizaci byl zvolen obor zabývající se produkcí a distribucí masných výrobků. Na první pohled se může zdát záměr jako nereálný z důvodu velké konkurence a množství překážek. V práci bude detailně popsáno, čím se chce společnost odlišit a být výjimečná, na základě podrobné analýzy okolí, zákazníků a dodavatelského zajištění. Budou představeny cíle a vize společnosti a postupy, jak jich co nejefektivněji dosáhnout.

Další kapitola bude věnována detailnímu rozboru marketingového plánu. Budou specifikovány jednotlivé položky marketingového mixu. Na základě tohoto rozboru budou vyvozeny závěry pro SWOT analýzu, zpracované do přehledné matice.

Další část se bude zabývat rozborem personálního zabezpečení, včetně popisu činností na jednotlivých pozicích, náboru, odměňování a dalších úkonů s tím souvisejících. Ve finančním plánu budou specifikovány jednotlivé položky potřebné k provozu společnosti v rámci zahajovacího rozpočtu. Zamýšlená hodnota majetku

společnosti se zdroji jeho krytí bude zobrazeno v zahajovací rozvaze. Bude odhadnut plán nákladů a výnosů doložený potřebnými výpočty.

Ze závěru těchto analýz a plánů se v závěru stanoví potenciál úspěšnosti záměru a budou představeny další možnosti budoucího rozvoje.

1 Vymezení základních pojmů

V této kapitole budou přesně definovány pojmy jako podnikání, podnikatel, včetně jeho nepostradatelných vlastností a podnik s jednotlivými charakterizujícími znaky.

1.1 Podnikání

Podnikání je možné definovat z různých pohledů, které zastáváme nebo které vyžaduje daná situace. Mezi nejklasičtější patří pojetí ekonomické, které charakterizuje podnikání jako zapojení ekonomických zdrojů a aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Jde tedy o snahu vytvoření přidané hodnoty za účelem dosažení určitého zisku. [1] Dalším pojetím je bezesporu právnické, jehož interpretace zní jako soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. [22] Samozřejmě nesmíme zapomínat na oblast psychologie, která definuje podnikání jako činnost motivovanou potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, vyzkoušet si něco a splnit. Vede k dosažení seberealizace, získání nezávislosti, schopnosti postavení se na vlastní nohy a podobně. [1]

V obecné teorii je možné činnost podnikání popsat několika obecnými vlastnostmi:

- cílevědomá činnost,
- iniciativní,kreativní přístupy,
- organizování a řízení transformačních procesů,
- praktický přínos, užitek, přidaná hodnota,
- převzetí a započítání hrozby neúspěchu. [1]

1.2 Podnikatel

Zákon vymezuje, koho můžeme označit za podnikatele. Může jim být fyzická či právnická osoba. Přesný výčet najdeme v obchodním zákoníku §2, odstavec 2:

- *„osoba zapsaná v obchodním rejstříku,*
- *osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,*
- *osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpis a*

- *osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.“ [2, s. 30]*

1.2.1 Základní vlastnosti podnikatele

Podle autorů Vebera a Kislengerové je zapotřebí mít k provozování úspěšné podnikatelské činnosti určité vlastnosti, bez nichž by byla odsouzena k rychlému zániku.

- **Hledisko dlouhodobosti**

Činnosti podnikající osoby lze chápat jako relativně dlouhodobé. Stane-li se člověk podnikatelem, měl by předpokládat delší časový horizont provozování činnosti. [1]

- **Podnikavost**

Jedna z nejdůležitějších schopností, popisující sklon a nadání člověka k podnikání. Obsahuje dispoziční a osobnostní vlastnosti.

Dispoziční vlastnost, nazývaná také jako znalost, kompetence, know-how se člení na:

- Schopnosti - z větší části vrozené, mající dlouhodobý charakter,
- Vědomosti - nabyté znalosti studiem odborné, podnikatelské, vyjednávací, komunikační,….,
- dovednosti - schopnost využít vědomosti při nalezení optima určitých problémů.

Osobností vlastnosti popisují podnikatele jako osobnost. Zahrnující vlastnosti všeobecné, kterými jsou poctivost, čestnost, důslednost, ohleduplnost, přesnost. Dalším druhem jsou specifické vlastnosti, jako cílevědomost, vytrvalost, zodpovědnost, iniciativa, rozhodnost.

- **Podstupování rizika**

Riziko je nahodilá, předem neznámá situace, kterou můžeme pouze předvídat a v budoucnu očekávat. Turbulentní, zmatené prostředí, jež je obrazem pro nynější společenský a ekonomický vývoj, se projevuje v životě podnikatele každý den. Musí činit nespočet více či méně důležitých rozhodnutí spojených s nejistotou a rizikem. Z toho vyplývá, že podnikání není vhodné pro lidi nezodpovědné, odkládající rozhodnutí, snažící se přenést svá rozhodnutí na jiný subjekt. [1]

1.3 Podnik

Definici slova podnik můžeme najít v různých literaturách v různých smyslech pojetí. Nejpřesnější a nejjasněji je popsán v obchodním zákoníku: „*1) Podnikem se pro účely toho zákona rozumí soubor hmotných, jako i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají k tomuto účelu sloužit. 2) Podnik je věc hromadná. Na jeho právní poměry se používají ustanovení o věcech a právním smyslu. Tím není dotčena působnost zvláštních právních předpisů vztahujících se k nemovitým věcem, předmětům průmyslového a jiného duševního vlastnictví, motorovým vozidlům apod., pokud jsou součástí podniku.“[22]*

1.3.1 Znaky podniku

Tab. č. 1: Znaky podniku

Všeobecné znaky	Specifické znaky podniku
kombinace výrobních faktorů	princip soukromého vlastnictví
princip hospodárnosti	princip autonomie
princip finanční hospodárnosti	princip ziskovosti

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

2 Formy podnikání

V následující kapitole budou blíže popsány jednotlivé právní formy podnikání. Jejich správný výběr závisí na oboru podnikání, zamýšlených dlouhodobých cílech a ochotě podstupovat riziko.

2.1 Živnost

V zákoně o živnostenském podnikání je živnost definována jako *„Soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“ [23]* Subjektem oprávněným k živnosti může být fyzická i právnická osoba starší osmnácti let, způsobilá v plném rozsahu k právním úkonům a trestně bezúhonná, která je následně zapsaná v živnostenském rejstříku.

Živnostenským podnikáním by se měli především zabývat začínající podnikatelé nebo lidé, kteří mají svoji živnost jako vedlejší zdroj příjmů. Nespornou výhodou je absence základního kapitálu, menší administrativní náročnost na založení a provozování oproti kapitálovým společnostem, která je vykoupena horším získáváním finančních zdrojů a neomezeným ručením, tzn. živnostník ručí za své závazky neomezeně celým svým majetkem. Živnostenské podnikání neukládá striktně povinnost vést účetnictví, stačí forma daňové evidence, pokud za předcházející kalendářní rok nepřesáhl obrat z činnosti 25 000 000 Kč. [2]

2.2 Veřejná obchodní společnost

V.o.s. lze charakterizovat jako společenství minimálně dvou osob (fyzických i právnických) provozující činnost pod stejným názvem, nabývající statusu právnické osoby. Ručí za závazky společně a nerozdílně celým svým majetkem, pokud neurčuje společenská smlouva jinak. Základní náležitosti smlouvy jsou: firma a sídlo, vymezení společníků, obor činnosti podnikání. Další náležitosti si společníci určují samy. Sepsání a uzavření smlouvy není jediným krokem směřujícím ke vzniku. Společníci mají povinnost obstarat živnostenské oprávnění, které vznikne dnem, kdy společnost sama vznikne**.**

Na zisku a ztrátě se společníci podílejí podle poměru, určeném ve společenské smlouvě nebo rovným dílem.

Před podepsáním smlouvy mají společníci povinnost obstarat živnostenské oprávnění společnosti. Z rovnosti postavení společníků vyplývá, že statutárním orgánem je každý ze společníků. Z praktického hlediska je toto řešení nevhodné, proto se ve smlouvě většinou definují určití členové nebo pouze jeden z nich. [2]

Kladem je založení bez nutnosti základního kapitálu. Společnost má dobré vyjednávací postavení při získávání cizího kapitálu. Nedochází ke dvojímu zdanění. Zisk je zdaněn pouze při rozdělování mezi jednotlivé společníky daní z příjmů fyzických osob.

Neomezené ručení mnohdy brání k odhodlání podstoupit riziko, což často vede k rozbrojům mezi společníky. Pro společníky platí zákaz konkurence mezi sebou. Příliš vysoké zisky často vedou k vysokému odvodu daní z příjmů fyzických osob. [1]

2.3 Komanditní společnost

Komanditní společnost je dalším typem osobní obchodní společnosti založené minimálně dvěmi osobami, z nichž jedna ručí za závazky společnosti neomezeně celým svým majetkem - komplementáři. Druhá strana – komanditisté, ruční za závazky do výše nesplaceného vkladu. zapsaném v obchodním rejstříku. Komplementáři zaujímají téměř shodné postavení a práva jako společníci ve veřejné obchodní společnosti. Jejich pravomoc jim dovoluje provádět pouze kontrolní činnost. Komanditisté se svým charakterem se blíží více společníků společnosti s ručením omezeným. Řídí společnost a vystupují jako statutární orgán. [3]

Před samotným sepsáním společenské smlouvy musí být jasně vymezeno, kdo je komanditistou a kdo komplementářem, protože se do obchodního rejstříku tyhle skutečnosti zapisují. V dalším kroku je zapotřebí stanovit minimální výši vkladu každého komanditisty. [2]

„Společnost vzniká jako právnická osoba zápisem do obchodního rejstříku. Návrh na zápis do obchodního rejstříku podávají všichni společníci. Obsahem návrhu jsou údaje o skutečnostech do rejstříku povinně zapisovaných.“ [2, s. 73]

Mezi klady společnosti patří malá finanční náročnost při založení. Ve společenské smlouvě jsou jasně definovaná pravidla, v jakém poměru se dělí zisk mezi komplementáře a komanditisty. Za jasně vymezených podmínek může společnost přeměnit svoji formu podnikání na veřejnou obchodní společnost.

Jako nevýhoda se může jevit administrativní náročnost při vzniku společnosti. U části zisku připadající na komanditisty dochází ke dvojímu zdanění. Nejprve daní z příjmů právnických osob a při samotném vypořádání je zdaněn srážkovou daní. Postupem času nastává problém v přehodnocení priorit u společníků a s tím souvisejí překážky, např. při změně společenské smlouvy, kdy je zapotřebí souhlas všech. [1]

2.4 Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným je nejvíce rozšířena a nejoblíbenější právní forma na území České republiky. Patří do skupiny kapitálových společností. Obchodní zákoník definuje společnosti s ručením omezeným jako: „ *Společnost, jejíž základní kapitál je tvořen vklady společníků a jejíž společníci ručí za závazky společnosti do výše svých nesplacených vkladů, a to podle zápisu v obchodním rejstříku. Společnost může být založena jednou osobou – ať už fyzickou nebo právnickou. Společnost s ručeným omezeným s jediným společníkem nemůže být jediným zakladatelem nebo jediným společníkem jiné společnosti s ručením omezeným. Jedna fyzická osoba může být jediným společníkem nejvýše tří společností. Společnost může mít nejvíce padesát společníků.“ [22]*

Společnost ručí za závazky věřitelům celým svým majetkem. Společníci ručí za dluhy společnosti společně a nerozdílně do výše úhrnu nesplacených částí vkladů podle stavu zápisu v obchodním rejstříku. Společnost vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku a získává právní subjektivitu. Zakládá-li společnost pouze jedna osoba, musí uhradit celý základní kapitál, aby mohla být zapsána do obchodního rejstříku. Minimální výše základního kapitálu je 200 000 Kč, s minimálním vkladem společníka 20 000 Kč. Základním dokumentem, jako u předchozích společností je společenská smlouva. Definuje předmět podnikání, sídlo, název, určuje společníky, jejich podíly a výši splacených vkladů, určuje členy orgánů společnosti. Zakládá-li společnost pouze jedna osoba, je ustanovujícím dokumentem zakladatelská listina. [2]

Orgány společnosti:

- *Valná hromada*

Nejvyšší obligatorní orgán společnosti. Zodpovídá za nejdůležitější rozhodnutí týkajících se společnosti, především rozdělení podílů na zisku mezi společníky, úhrady ztrát za účetní období. Rozhoduje o vstupech a vyloučení společníků. [22]

Zákon ukládá povinnost konání valné hromady alespoň jednou za rok, z důvodu schválení a odsouhlasení účetní závěrky. Nedodržení této povinnosti má za následek vyměření sankcí až soudní zrušení společnosti. [4]

- *Jednatel*

Vykonává roli statutárního orgán, což mu dovoluje vykonávat právní úkony jménem společnosti. Mimo zákonem uložené povinnosti se stará i o obchodní vedení společnosti. [2]

„Konkrétní zákonné povinnosti:

- *zajistit řádné vedení předepsané evidence a účetnictví,*
- *podávat návrhy na zápis do obchodního rejstříku,*
- *svolávat valnou hromadu,*
- *seznámit společníky s výsledky hlasování mimo valnou hromadu,*
- *účastnit se rozhodování jediného společníka, pokud o to požádá.*

Obecné povinnosti:

- *vykonávat funkci s náležitou péčí,*
- *jednat v souladu se zájmy společnosti,*
- *mlčenlivost,*
- *dodržovat zákaz konkurence.“ [2, s. 76]*

- *Dozorčí rada*

Jak již název napovídá, dozorčí rada je kontrolním orgánem. Dohlíží a kontroluje správné jednání statutárního orgánu, kontroluje účetní knihy, účetní závěrku. Ze zákona není určena povinnost dozorčí radu jmenovat. Je-li tomu tak, musí mít minimálně 3 členy. [2]

Hlavní výhoda, plynoucí z názvu společnosti, je omezené ručení společníků. Základní kapitál nemusí nutně tvořit pouze peněží vklad, ale může být i nepeněžní (vozidlo, notebook, kopírka,…), které se musí splatit maximě v pětileté lhůtě. Potřebný vstupní kapitál se může zdát v určitých situacích jako jistý zápor. Celkový životní cyklus společnosti vyžaduje více administrativních úkonů. Negativní je neovlivnitelné dvojí zdanění, kdy zisk společnosti je zdaněn daní z příjmu právnických osob, zatím co jednotlivé podíly srážkovou daní. [1]

2.5 Akciová společnost

Právní forma akciová společnost se ve většině případů vyskytuje u velkých kapitálových společností, které zakládá buď jedna právnická nebo více fyzických osob. Na základně rozhodnutí rejstříkového soudu vzniká společnost dnem zápisu do obchodního rejstříku. Základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií o dané jmenovité hodnotě. [3]

„Akcie je ústředním pojmem akciového práva. Akcie je cenný papír, s nímž jsou spojena práva akcionáře přiznaná mu zákonem a stanovami vůči akciové společnosti a vyplývající z jeho postavení jejího společníka.“ [2, s. 78]

Akciovou společnost lze založit dvěma způsoby:

- s veřejnou nabídkou akcií nebo
- bez veřejné nabídky akcií.

V prvním případě založení je minimální výše základního kapitálu 20 000 000 Kč, kdy jsou akcie nabídnuty k upisování veřejnosti. V druhém případě musí činit výše základního kapitálu minimálně 2 000 000 Kč. Zakladatelé se zaručují, že splatí celý základní kapitál sami. Zde není přípustná veřejná nabídka akcií. [2]

Společnost se zakládá na základě zakladatelské smlouvy, v případě více osob. Je-li zakladatel pouze jeden, nazývá se zakladatelská listina. Obsahují předepsané náležitosti jako: „*označení zakladatelů, obchodní firmu, sídlo, předmět činnosti, navrhovanou výši základního kapitálu, popis vydaných akcií, upisované vklady, návrh stanov.“ [2, s. 79]*

Stanovy plní analogickou funkci, kterou plní společenské smlouvy u jiných právních forem podnikání. Jejich přijetí je podmiňující pro vznik společnosti. Představují určitý řád společnosti.

Orgány společnosti:

- *Valná hromada*

Představuje nejvyšší orgán společnosti. Je tvořena všemi akcionáři. Ve většině případů ji svolává představenstvo. Mezi její činnosti patří zvolení statutárního a kontrolního orgánu. Rozhoduje o důležitých záležitostech vymezených zákonem nebo stanovami společnosti.

- *Představenstvo*

Nejvyšší statutární orgán společnosti, který ji řídí. Rozhoduje o všech záležitostech firmy, finančních, personálních, provozních. Skládá se minimálně ze tří členů, kteří si mezi sebou zvolí svého předsedu. Dovolují-li to stanovy, může volit i dozorčí radu.

- *Dozorčí rada*

Nevyšší kontrolní orgán společnosti, který má stejnou personální strukturu jako představenstvo, jejichž funkce se striktně vylučují. Členové jsou voleni valnou hromadou nejdéle na pět let. Dohlíží především na řádné jednání představenstva, prověřuje účetní závěrky, postupy rozdělení zisku.

Akciová společnost ručí za závazky veškerým majetkem. Akcionáři neručí za závazky společnosti vůbec, což je jejich nespornou výhodou. Podstupují však riziko znehodnocení svých akcií. [2]

Díky své právní subjektivitě je společnost dobře vnímána na veřejnosti před svými obchodními partnery nebo při žádosti o poskytnutí cizího kapitálu. Z daňového hlediska lze za pozitivum považovat, že polovinu daně sražené z vyplacených podílů na zisku možno uplatnit jako slevu na dani.

Malé a střední podniky se této právní formě vyhýbají hlavně kvůli vysoké finanční náročnosti na základní kapitál a komplikované administrativní práci při založení a řízení společnosti. Zisk a rozdělní podílů na zisku podléhá stejnému zdanění jako vypořádání u společnosti s ručením omezeným. [1]

2.6 Družstvo

Družstvo, společenství neomezeného počtu osob, založené za účelem dosažení zisku nebo uspokojování potřeb svých členů. Družstvo jako právnická osoba ručí za splacení svých závazků svým majetkem. Členové jsou od této povinnosti osvobozeni. Pouze v určitých případech je uplatněn požadavek na přispění částky vedoucí ke splacení dluhu.

Družstvo zakládají 2 právnické osoby nebo 5 fyzických na ustavující členské schůzi. Zde se jedná o výši základního kapitálu, který je v minimální zákonné výši 50 000 Kč. Uchazeči o členství v družstvu se zavazují ke splacení svých vkladů. Vzniká

dnem zápisu do obchodního rejstříku na návrh představenstva, kdy by měla být splacena minimálně polovina základního kapitálu. [2]

„*Základním dokumentem jsou stanovy družstva, jež jsou závazné pro všechny orgány. Zejména obsahují:*

- *údaje o obchodní firmě, které povinně obsahují dodatek družstvo,*
- *předmět podnikání,*
- *vznik a zánik členství, práva a povinnosti členů ,*
- *orgány družstva a počet jejich členů a*
- *způsob použití zisku a úhrady ztráty.“ [2, s. 82]*

Orgány družstva:

- *Členská schůze*

Nejvyšší orgán tvořen všemi členy družstva. Bezpodmínečně se musí konat alespoň jednou ročně. Projednávají se provozní a organizační otázky, mění se stanovy, schvaluje se účetní závěrka. Na základě výběru volí členy představenstva.

- *Představenstvo*

Statutární orgán družstva. Jedná jménem družstva, v jehož čele stojí předseda. Představenstvo rozhoduje o záležitostech v družstvu po celou dobu, kdy nezasedá členská schůze, která také volní neomezený počet členů.

- *Kontrolní komise*

Obdoba dozorčí rady, jejíž pravomoci jsou omezené pouze zákonem. Kontroluje chod družstva, ohlašuje zjištěné pochybení a nedostatky a usiluje o jejich napravení. Kontrolní komisi tvoří minimálně tři lidé, kteří nesmějí být členy jiných dozorčích a statutárních orgánů společností s podobným předmětem podnikání. [2]

3 Důvody podnikání, jeho rizika a bariery

Rozhodnutích začít podnikat existuje nepřeberné množství. Lidé si často neuvědomují jaká rizika musí podstupovat. Bývají zaslepeni pouze vidinou výhod plynoucích z podnikání, ale neuvědomují si množství překážek a barier při provozování činností na vlastní zodpovědnost.

3.1 Důvody podnikání

Lidé začínají podnikat z mnoha důvodů. Buď je k tomu dohnala životní situace a je to jejich poslední záchranný krok. Často se jedná o lidi nevzdělané v oboru, kteří vidí úspěch u ostatních a nedokáží si představit vynaložené úsilí a péči k dosažení vytyčené cíle. Vystavují se většímu riziku, než jsou schopni unést a zvládnout. V odborných literaturách se tento styl podnikání nazývá sebezáchovný přístup.

Podnikatel rozsévač s nepřeberným množstvím, mnohdy výborných nápadů. Nezabývá se otázkami propočtů, kalkulací, marketingu, realizace v daných podmínkách. Nastává-li velké množství problémů v průběhu realizace jeho projektu, přestává se o něj starat a přichází s dalšími nápady. Díky tomu je jeho podnikání často ztrátové.

Podnikání jako vedlejší zdroj příjmů k hlavnímu pracovnímu poměru je nazýváno podnikáním na zkoušku. Jedná se především o drobné chovatele zvířat, poskytování služeb (masáže, kosmetika,…), občasný prodej. Cílem této formy podnikání není dosažení absolutní výhody na trhu, ale pouze přilepšení ke stálým příjmům, prokázat sám sobě podnikatelské dovednosti.

Malý počet podnikatelů zabývající se nabízením jedinečných výrobků nebo poskytováním výjimečných služeb je pojmenováno exkluzivní podnikání. Jejich hlavním úkolem je tuto úroveň udržovat a rozšiřovat o další možnosti. Nevýhodou tohoto typu podnikání je odchod pracovníků z úspěšných firem zakládající si konkurenční podniky, využívající získané vědomosti a know-how.

Rentiérský způsob podnikání uplatňují vlastníci realit, kteří často nemají zájem podnikat v pravém slova smyslu. Právní forma podnikání je pro ně pouze formální stránkou, z důvodu zákonného provozování živnosti. Rentiérství také představuje investice do nemovitostí se zanedbatelnými provozními náklady, jako jsou např. malé elektrárny, mající stejný ekonomický prospěch jako jiné projekty. [1]

3.2 Výhody a nevýhody podnikání

Pořekadlo „podnikatel je svým pánem“ lze v prvotní fázi podnikání nechá přeformulovat na „podnikatel je svým sluhou.“ Musí řešit neustálé problémy a plnit povinnosti, jako daňové, účetní, starat se o zaměstnance, dohlížet na marketing a management podniku. Je téměř vyloučená osmihodinová pracovní doba jako u zaměstnaneckého poměru. Plní požadavky řešící dostupnost, prostory pro výkon práce, vybavení, zařízením provozu, kanceláře. Z toho plyne zajištění financování, ať již z vlastních nebo cizích prostředků. [1]

3.3 Bariéry vstupu na trh

Výsledkem úspěšného rozvoje podnikání je překonávání velkého množství bariér při založení a vstupu na trh. Se vstupem na trh působí především bariéry typu neznalost prostředí, málo zkušeností, konkurence. V současné době jsou nejvíce diskutována administrativní nařízení, jejichž počet má neustále rostoucí trend. [4]

Tab. č. 2: Bariéry vstupu na trh

Bariéry vstupu na trh
♦ Ekonomika velkého rozsahu
♦ Výrobková diferenciace
♦ Kapitálové požadavky
♦ Přístup k distribuci
♦ Ostatní nákladové nevýhody
♦ Vládní politika
♦ Jiné

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

3.4 Subjekty poskytující podporu podnikatelům

- **Orgány státní správy**

Z orgánů státní správy podporující malé a střední podnikatele je především Ministerstvo průmyslu a obchodu(dále jen MPO) a Ministerstvo pro místní rozvoj (dále jen MMR), prostřednictvím schválených programů. MPO vystupuje především v roli rádce malým a středním podnikům. MMR se zaobírá podporou regionů, např. při spolupráci regionů se sousedními zahraničními partnery.

Státní příspěvková organizace CzechInvest se snaží podporovat malé podniky v jejich konkurence schopnosti, inovaci, získávání zahraničních investic. V každém

krajském městě sídlí kancelář CzechInvestu, kde se zájemci mohou informovat o možnostech podnikání ze strukturálních fondů Evropské unie. [2]

„Enterpise Europe Network je celoevropská síť poskytující integrované služby na pomoc inovačnímu podnikán včetně legislativního poradenství, vyhledávání vhodných obchodních a technologických partnerů a podpoře účasti malých firem v rámcových programech Evropské unie souvisejících aplikovaným výzkumem, vývojem a inovacemi. Skládá se ze tří modulů:

Poradenství pro podnikatele, Inovace a technologický transfer, Projektové poradenství.“[2, s. 100]

- **Finanční instituce**

Českomoravská záruční a rozvojová banka podporuje prostřednictvím specializovaných bankovních produktů především začínající živnostníky, veřejné obchodní a komanditní společnosti, jež do značné míry mají těžší přístup k cizímu kapitálu, potřebný k financování jejich rozvoje. Podporuje formou záruk, úvěrů, příspěvků a dotací. Například poskytuje úvěry do výše jeden a půl milionu korun splatných 7 let.

Česká exportní banka, jak již z názvu plyne, poskytuje intervence ve všech oblastech vývozu českých výrobků a služeb do zahraničí. Financuje operace dlouhodobého charakteru, na jejichž uskutečnění obchodní banky neposkytují úvěry. Mezi její hlavní činnosti patří poskytování předexportních úvěrů, refinančních vývozních dodavatelských úvěrů, úvěrů na investice v zahraničí, odkup pohledávek z akreditivů, poskytování záruk. [2]

- **Nevládní organizace**

Nezisková organizace Hospodářská komora České republiky podporuje podnikatelské aktivity svých členů. Poskytuje aktuální informace o hospodářství, právních předpisech a nařízeních. Dále poskytuje všeobecné informace svým začínajícím členům a pomáhá jim ve vzdělání v jejich oboru. Mimo jiné usnadňuje administrativní práci svým členům např. ve spolupráci s Českou poštou.

Unie malých a středních podniků České republiky se snaží zastávat práva a lepší postavení podniků v rámci EU. Odstraňuje byrokratickou zátěž nedovolující hospodářský rozvoj. Pomáhá řešit neoprávněné zásahy v rámci konkurenčního boje od jiných unijních států. [2]

- **Soukromé organizace**

„Business angel je individuální investor, který svým vlastním kapitálem financuje rozvoj perspektivních společností nebo nově založených firem s růstovým potenciálem. Investor přináší do firmy určité know-how v podobě znalostí, kontaktů. Hlavním cílem business angel je zhodnocení vloženého kapitálu v předem stanoveném časovém horizontu, na jehož konci investor realizuje odprodej svého podílu. Obchodní andělé se sdružují do sítí s cílem efektivnější výměny informací a zkušeností.“ [2, s. 105]

Podnikatelský inkubátor ochraňuje před konkurencí a podporuje za zvýhodněných podmínek začínající inovativní firmy. Musí splňovat určitá základní kritéria, aby mohla využívat výhod. Inkubátor pomáhá v uplatňování nových přístupů a taktik nebo při implementaci nových obchodních modelů. [2]

3.5 Výběr vhodného oboru podnikání

Rozhodne-li se člověk věnovat podnikání, měl by si určit, ve kterém oboru se chce uplatnit. Zvážit svoje schopnosti a dovednosti. Být schopen říci, zda za daných podmínek je záměr uskutečnitelný s určitou časovou perspektivnou. Volba oboru podnikání není chvilkovou záležitostí, ale je třeba zvažovat nepřeberné množství kladů a záporů, plynoucí z realizace, podrobovat záměr odborné analýze. Při vytváření základního podnikatelského záměru je vhodné se zabývat 7 kroky: [5]

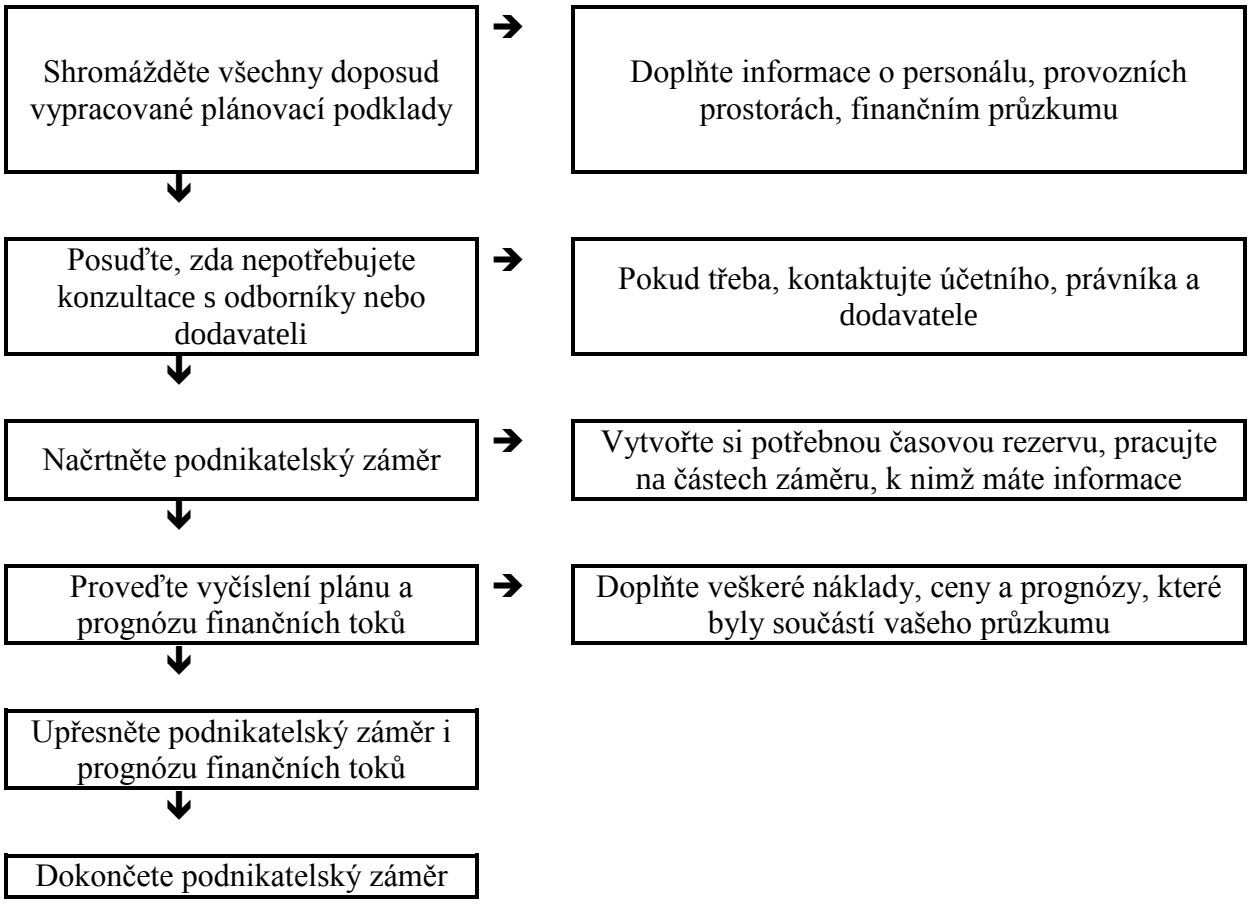
- *„vypracujte co možná nejpodrobnější popis svého výrobku nebo služby,*
- *ujasněte si, čím se vaše nabídka liší od nabídky jiných podnikatelů,*
- *zamyslete se nad trhem, na který chcete vstoupit,*
- *pokuste se určit jeho hranice jak geograficky, tak i z hlediska typu zákazníků,*
- *zvažte možnosti prodeje svého výrobku nebo své služby – přes prodejnu, prostřednictvím distributorů, telefonicky, po internetu atd.,*
- *je-li vaše podnikání založeno na prodeji nějakého produktu, budete jeho výrobcem vy?,*
- *promyslete si, co budete potřebovat do začátku – personál, vybavení, finanční prostředky, odborné znalosti,*
- *k vašemu záměru přistupujte kriticky, pokuste se odstranit případné nedostatky.“ [5, s. 19]*

3.6 Příprava podnikatelského záměru

Podnikatelský záměr představuje plánovací dokument, ve kterém je zachycen projekt slovním popisem a důležitými propočty. Díky tomu lze projekt hodnotit objektivně. Zvažuje se nespočet aspektů. Dokument by měl působit věrohodně, zachycovat nadchnutí, které se přelévá i na investory. V mnoha případech posluhuje jako rozhodovací kriterium pro investory nebo jako základ při rozvoji firmy.

Záměr určuje směr, jakým by v prvních pěti letech mělo podnikání vést. Používá se jako podklad při jakési inventuře celé situace a hodnotí, zda se postupuje stanoveným směrem k vytyčenému cíly. [5]

Obr. č. 1: Kroky k sestavení podnikatelského záměru



Zdroj: vlastní zpracování dle [5]

4 Představení podnikatelského záměru

K vypracování bakalářské práce bylo zvoleno téma popisující problematiku založení konkrétního podnikatelského záměru. Pro realizaci byla vybrána činnost zabývající se výrobou a prodejem masných výrobků, jejíž koncepce bude představena na následujících stránkách.

Nápadů, proč podnikat bylo nespočet. Jedním z důvodů byla malá pravděpodobnost získání požadovaného pracovního místa, touha zabývat se věcmi, které člověka baví, jistá časová svoboda v budoucnu, realizace snu v podobě vlastního podniku, do kterého se budou zákazníci vždy rádi vracet a určitá dávka adrenalinu při překonávání každodenních překážek. Prvotní myšlenka zabývat se tímto oborem podnikání vykrystalizovala pozorováním nespokojeného okolí, postrádající odpovídající protihodnotu za své peníze. Druhým faktorem ovlivňující výběr tohoto druhu podnikání je osobní znalost několika specialistů v oboru, zabývající se touto činností dlouhá léta. Cílem je poskytovat zákazníkům tradiční i výjimečné výrobky založené na nejvyšší kvalitě včetně požadované úrovně komplexních služeb. Díky těmto aspektům by se společnost chtěla odlišit od konkurence a dostat se do podvědomí širšímu okruhu zákazníků.

4.1 Charakteristika společnosti

V této kapitole bude představen důvod výběru konkrétní právní formy a názvu. Bude definován obor činnosti, včetně firemní vize. Dále bude popsán průběh založení a způsob financování, včetně potřebných opatřeních.

4.1.1 Právní forma společnosti

Pro realizaci konkrétního záměru byly uvažovány jako právní formy na základě posouzení jednotlivých alternativ, společnost s ručením omezeným a akciová společnost. Byla vybrána forma společnost s ručeným omezeným, především kvůli nižší finanční náročnosti při splacení základního kapitálu. Dalším důvodem bylo nulové ručení za závazky společnosti po splacení všech vkladů společníků, možnost založení pouze jednou osobou na základě zakladatelské listiny, získání úvěrů od finančních institucí a lepší důvěryhodnost v různých výběrových řízeních před fyzickými osobami nebo veřejnými obchodními společnostmi, využití možnosti nezakládat rezervní fond hned při založení.

4.1.2 Obchodní firma

Název společnosti, jeho složitost a výstižnost je důležitý především pro další propagaci mezi zákazníky. Měl by obsahovat, čím se společnost zabývá a její právní formu. Podle obchodního zákoníku § 8 je *„Obchodní firma název, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku. Podnikatel je povinen činit právní úkony pod svou firmou.“ [22]*

Po rozmýšlení nad různými variantami byl vybrán název TRUCIDATIO LIBITT – MASNÉ VÝROBKY, s. r. o. Cílem bylo vybrat název, který je moderní a odlišný od monotonních konkurenčních pojmenováních, které vycházejí z téměř stejného slovního spojení. Záměrem bylo vytvořit takový název, který dokáže oslovit zákazníka, zaujmout ho, přimět ho přemýšlet a vyjádřit určitou míru exkluzivity.

Není-li název již zaregistrován v obchodním rejstříku bylo ověřeno na stránkách Ministerstva spravedlnosti České republiky justice.cz, kde nebyla vygenerována žádná shoda. [9]

4.1.3 Založení společnosti

Společnost TRUCIDATIO LIBITT - MASNÉ VÝROBKY, s. r. o. bude založena dvěmi zakladateli na základě společenské smlouvy, která si řídí příslušným ustanovením v obchodním zákoníku. Smlouva bude sepsána formou notářského zápisu. Zápis bude obsahovat tyto náležitosti:

- *„místo, den, měsíc a rok úkonu,*
- *jméno a příjmení notáře a jeho sídlo,*
- *jméno, příjmení, bydliště, datum narození, účastníků a jejich zástupců,*
- *prohlášení účastníků o tom, že jsou způsobilí k právním úkonům,*
- *údaj, jakým způsobem bylo ověřena totožnost účastníků,*
- *obsah úkonu,*
- *údaj o tom, že byl zápis po přečtení účastníky schválen,*
- *podpisy účastníků nebo jejich zástupců,*
- *otisk úředního razítka notáře a jeho podpis.“ [19]*

Jako správce peněžitých vkladů bude určena banka, u níž bude mít společnost vedený svůj účet na základě smlouvy o správě vkladů. Za správu hmotného majetku bude zodpovědný jeden ze zakladatelů.

Důležitým krokem bude získání živnostenského oprávnění bez něhož nemůže společnost vykonávat svoji činnost. To vydá na žádost statutárního orgánu firmy živnostenský úřad jako výpis z živnostenského rejstříku.

Návrh na zápis do obchodního rejstříku k Rejstříkovému soudu bude podán maximálně do 90 dnů ode dne sepsání společenské smlouvy, včetně všech potřebných příloh jako živnostenské oprávnění, potvrzení o splacení základního kapitálu, výpis z trestního rejstříku jednatelů a společenskou smlouvu.

Po vzniku společnosti bude zapotřebí její registrace na Finančním úřadě. Potřebnými dokumenty k úspěšné registraci jsou kopie výpisu z obchodního rejstříku a zřízení a vedení bankovního účtu.

Zakladatelé, jediní společníci budou zároveň jejím statutárním orgánem – jednateli. Jednatelé budou jednat jménem společnosti navenek. Podílet se na zisku budou podle výše účasti na základní kapitálu. Pro oba bude platit zákaz konkurence. Jako odpovědný zástupce bude zvolen jeden z nich, mající vzdělání a praxi v potravinářském průmyslu.

Základní kapitál je stanoven v minimální zákonné výši 200 000 Kč, rozdělen v poměru 60:40%, dohodnutý oběma společníky. Před zápisem do obchodního rejstříku bude splaceno na účet společnosti 100 000 Kč, což splňuje podmínky nejméně 30% každého vkladu, celkem alespoň 100 tis. Kč. Zbylá část bude splacena v průběhu následujících pěti let.

Úkony, které bude potřebné vykonat před založením společnosti, včetně jejich cen, budou uvedeny v kapitole zabývající se zahajovací rozvanou.

Společnost bude působit především v Plzeňském a částečně v Karlovarském kraji. Sídlo bude v Plzni v centru města.

4.1.4 Obor podnikatelské činnosti

Podle živnostenského zákona bude předmětem podnikání: řeznictví a uzenářství, výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona, specializovaný maloobchod, koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje, prodej

zapsané v obchodním rejstříku. Společnost se bude zabývat ucelenou nabídkou poskytování služeb týkající se masných výrobků a pokrmů, včetně vlastní výroby a distribuce.

Živnostenské oprávnění bude vydáno odpovědnému zástupci, který splňuje podle § 11 živnostenského zákona následující požadavky:

- trestní bezúhonnost,
- způsobilost k právním úkonům,
- vzdělání a praxe v oboru.

Kromě splnění těchto náležitostí bude potřebné k získání živnostenského oprávnění doložit společenskou smlouvu a smlouvu o pronájmu provozních a kancelářských prostor.

Společnost bude suroviny k výrobě kupovat od svých smluvních dodavatelů. Důvodem je příliš velká finanční náročnost nejen na prostory určené k porážce s veškerým jejím vybavením, která v dnešní době představuje částku deseti milionů korun a více, ale i zajištění dalších oddělených speciálně vybavených boxů k ustájení zvěře před poražením, které jsou nezbytné k výkonu takové činnosti.

Po nákupu surovin nastane proces výroby v manufaktuře společnosti, která bude částečně spojena s hlavní prodejnou. Především se bude zpracovávat hovězí a vepřové maso, které je tradiční pro naši zeměpisnou šířku. Mimo jiné chce firma nabízet zákazníkům také výrobky z cizokrajinné zvěře, například z bizoního, velbloudího, a klokaního masa, které se stává oblíbenějším a více vyhledávaným v naší zemi. Mimo jiné chce společnost nabízet bezlepkové výrobky lidem, kteří vyhledávají tento druh potravin ze zdravotních důvodů. Pro náročné klienty budou v nabídce např. výrobky bez konzervačních látek a jiné.

Jak již bylo zmíněno, výrobky lze koupit v podnikové prodejně. V jejích prostorách bude i část určená k degustaci zakoupených lahůdek. Mezi nabízené služby bude patřit rozvoz zásilky při objednaném množství přímo ke klientovi na sjednanou adresu. Díky dnešní uspěchané době, chce společnost na svých internetových stránkách připravit objednávkový formulář, kde si zákazník zvolí co potřebuje a druhý den bude mít balíček připravený k vyzvednutí. K podpoře prodeje a prezentaci budou každý sudý týden nabízeny výrobky z různých koutů světa. Podnik bude také vlastnit několik

stylových pojízdných prodejen, které budou zajíždět do obcí, kde nejsou žádné obdobné kamenné krámky. Společnost chce také provozovat velkoobchodní činnost. Chce dodávat své výrobky na různé společenské, kulturní akce a snažit se spolupracovat s jídelnami apod.

4.1.5 Cíle a vize společnosti

Hlavním cíle je vybudovat konkurence schopnou firmu, o které nebudou zákazníci nuceni hovořit v negativním smyslu. Dále společnost nechce nakupovat polotovary ze supermarketů a provádět pouze poslední dodělání před prodejem. Vše si chce vyrábět sama, aby dosáhla požadované úrovně kvality.

Společníci chtějí od začátku výroby usilovat o získání potravinové značky Klasa na své výrobky. Jsou přesvědčeni, že napomůže k získání větší důvěryhodnosti před zákazníky a zaručí zvýšení tržeb o několik procent.

Dalším cílem je mít kvalifikovaný, vstřícný personál s určitou odbornou praxí. Kvalita a vstřícný přístup je jedním z nejúčinnějších nástrojů, jak vybudovat požadované postavení na trhu a slouží jako silná podpora marketingu. Samozřejmě cílem je každoroční dosahování zisku, expanze společnosti do dalších významnějších měst v kraji, rozšiřování svého okruhu působení a vytvářet svým zaměstnancům přátelské prostředí v požadovaných profesionálních podmínkách.

Vizí a přáním společnosti Trucidatio LiBitt je uspokojit v co největší míře téměř neomezenou poptávku po masných výrobcích. Obchod chce vyhovět potřebám zákazníků vyhledávající kvalitní výrobky obsahující suroviny, které očekávají a požadují. Se vzrůstající poptávkou bude snahou společnosti neustále rozšiřovat svoje portfolio výrobků.

4.1.6 Financování společnosti

Při založení společnosti je nejzásadnější otázkou zajištění dostatečné výše finančních prostředků k jejímu financování. Vzhledem k tomu, že se jedná o začínající podnikatele, kteří nedisponují dostatečně velkým kapitálem, aby mohli celé založení a vznik společnosti financovat ze svých zdrojů, jsou nuceni využít finanční pomoci formou cizího kapitálu.

Prvotní část základního kapitálu ve výši 100 000 Kč potřebného ke vzniku společnosti splatí ze svých vlastních zdrojů společníci, včetně počátečních administrativních poplatků souvisejících se vznikem.

První možností získání cizího kapitálu jsou úvěry od komerčních bank. Na první pohled se tento krok financování může jevit jako bezproblémový a nejjednodušší. Opak je pravdou. Při průzkumu jednotlivých produktů se naráží na neochotu poskytnout půjčku začínajícím podnikatelům. Představují příliš rizikové klienty s minimálními zárukami. Poskytne-li banka úvěr, jedná se o podnikatele provozující činnost minimálně jeden rok. I tak je úvěr vykoupen příliš velkým úrokem.

Kvůli tomuto pesimistickému přístupu komerčních bank se společníci Trucidatio LiBitt, s.r.o. budou snažit využít programů na podporu malého a středního podnikání, které zajišťuje Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRB). Společnost by chtěla využít program Záruka, v kterém se zaručuje za začínající podnikatele stát. Společnost by mohla získat finanční podporu až ve výši 3 000 000 Kč, z důvodu splnění tří základních omezujících podmínek pro získání:

- žadatel nesmí vykonávat svoji činnost v odvětví prvovýroby zemědělských produktů, rybolovu a akvakultury,
- realizace projektu musí proběhnout mimo Prahu,
- společnost musí být zaregistrována na finančním úřadě po 1.1.2009. [10]

Druhou zamýšlenou finanční podporou je Program Design poskytovaný Design centrem České republiky. Program by měl pomoci zvýšit konkurence schopnost díky ojedinělému designu balení a pomoct s propagací nových produktů. [4]

Další možností získání finanční podpory je žádost v rámci dotačních programů Evropské unie. Společnost by se chtěla snažit získat peněžní podporu z programu Inostart a Progres, kde finanční impuls představuje rozmezí 0,5 - 15 milionů korun. [11] Jedná se o programy zabývající se podporou vzniku a rozvoje začínajících podnikatelů. Jejich hlavním cílem je poskytnout komplexní nabídku financování prostřednictvím úvěru a poskytovat poradenské služby. [21]

Zakladatelé si jsou vědomi velká časové a administrativní náročnosti při provádění žádostí zejména o dotace a umění se pohybovat v této problematice. Proto se rozhodli využít služeb specializované poradenské firmy, která bude celý proces získávání peněz řídit. Vybere nejlepší dotaci, poradí jak případně vylepšit podnikatelský

záměr, vypracuje projektovou žádost a bude komunikovat s orgány poskytující dotaci. Bude také dohlížet na řádné uplatnění dotace, aby o ni společnost nepřišla.

Při hledání dalších financí na rozjezd podnikání chtějí společníci využít svých kontaktů k oslovení potencionálních investorů. Od případné spolupráce si slibují nejen získání potřebné části kapitálu, ale také cenných rad a pomoci. Nevýhodou této výpomoci bývá požadována část zisku nebo placení úroků z poskytnuté částky. [2]

Hmotný majetek jako chladící vitríny, zařízení na zpracování, vozidla atd. budou pořizovány formou finančního leasingu. Výhodou je zaplacení pouze části pořizovací ceny při převzetí. Přehled vybavení potřebný k provozu s cenami bude vyjmenován v kapitole zakladatelský rozpočet.

V průběhu existence společnosti je samozřejmostí snaha financování veškerého rozvoje co nejvíce z vlastních firemních zdrojů. Bude se jednat především o zisk po zdanění, který zůstává v podniku. Další formou finančních zdrojů jsou odpisy, které se zahrnují do daňového základu a tím šetří vynaložené peníze na placení daní. [4]

4.1.7 Hygienická opatření ve výrobě a provozu

V tomto oboru podnikání, kde dochází ke zpracování surovin určených k výrobě potravin jsou kladeny nejrůznější hygienická nařízení definující určité podmínky. Podle zákona č. 258/2000 Sb. o ochraně veřejného zdraví bude potřebné např. zajistit hygienické požadavky na vodu a ochranu zdraví při práci. Zákon také ukládá povinnost dodržovat požadavky týkající se činností, při kterých hrozí výskyt nákazy potravin. Prostředí musí být vždy čisté, musí být dodržovány určité teploty, síla slunečního svitu a vlhkost vzduchu. Pracovníci musí dodržovat hygienické předpisy na pracovišti a mít požadovaný pracovní úbor.

I skladování musí probíhat v prostorách za předem stanovených podmínek podle vyhlášky č. 287/1999 Sb. Definuje zejména teploty skladování a přípustný obsah vlhkosti. Při zjištění jakéhokoliv zásadního nedostatku při namátkové hygienické kontrole, může hlavní hygienik provoz dočasně uzavřít, než budou napraveny veškeré nedostatky.

Bezpodmínečně musí být dodržováno několik základních hygienických požadavků závazných v potravinářských provozech definovaných například zákone č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích:

- potravinářské provozy musí být udržovány v čistotě a v dobrém stavu,

- uspořádání, vnější úprava, konstrukce a velikost potravinářských provozů musí poskytovat určitý prostor pro údržbu, čištění a dezinfekci, minimalizovat znečištění ovzduší, zajišťovat dostatečný pracovní prostor pro hygienické provedení všech postupů práce. Na pracovišti musí být zamezeno hromadění nečistot,
- toalety nesmí vést přímo do prostor, kde dochází k manipulaci s potravinami,
- všechna sanitární zařízení musí být vybavena přirozeným nebo nuceným větráním,
- provoz musí mít dostatečné přírodní nebo umělé osvětlení,
- čistící a desinfekční prostředky nesmí být skladovány v blízkosti potravin a nesmí docházet k jejich styku,
- plněná, krájená, mletá masa musí být skladovány v teplotě do 4°C 3 hodiny, při teplotě do 2°C šokově chlazené, balené 72 hodin. [12]

Podle vyhlášky č. 347/2002 Sb. bude potřebné zajistit dispozici v podnikové prodejně tak, aby nedocházelo ke styku potravin vzájemně slučitelných. Nebalené potraviny budou muset být minimálně 70 centimetrů nad zemí ve speciálních prodejních pultech, které ochrání proti kontaminaci, před slunečním svitem a udrží teplotu uvedenou na obalech.

Další vyhlášky a nařízení upravující jednotlivé požadavky na výrobu a distribuci potravin, které bude zapotřebí neustále stále sledovat a postupovat podle nich jsou:

- vyhláška č. 4/ 2008 Sb. určující podmínky pro množství přídatných látek a rozpouštědel ve výrobě
- vyhláška č. 54/2004 Sb., o potravinách pro zvláštní výživu
- nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 852/2004 o hygieně potravin
- nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 853/2004 určující pravidla při výrobě potravin živočišného původu

5 Postavení společnosti na trhu

Tato část práce bude věnována především zhodnocení situace na trhu s masnými výrobky. Dále budou vymezeny jednotlivé výhody a síla konkurentů. Na základě zjištěných údajů bude sestavena SWOT matice společnosti.

5.1 Situace na trhu s masnými výrobky

Po roce 1989 se v České republice začaly rozvíjet sítě supermarketů a hypermarketů. Tento trend měl negativní dopady na menší výrobce a prodejce masa a uzenin. Nejzásadnějším ovlivňujícím faktorem při nákupu byla pro spotřebitele cena. Téměř vůbec nehleděli na kvalitu, složení, zemi původu, apod. Díky tomuto přístupu k nákupu neměli menší výrobci možnost konkurovat velkým řetězcům. Kvůli poctivé výrobě a dodržování postupů nebyli schopni se s dostatečně nízkou výrobní cenou přiblížit konkurenci při následném prodeji. Také neustále nová hygienická a provozní nařízení k podpoře nepřispívala. Supermarkety docilovaly nízkých cen přelepováním data spotřeby, dovozem zahraničních produktů a prodejem za tzv. dumpingové ceny. Vše si mohli dovolit díky silnému kapitálu.

V současné době se postavení na trhu významně mění. Lidé si začínají více uvědomovat potřebu kvalitních masných výrobků, a proto začínají více vyhledávat menší výrobce. Vzdávají se možnosti levného nákupu na úkor kvality. Častěji si rádi připlácejí za poctivý produkt i několik desítek korun. Začínají se projevovat nekalé dlouhodobé praktiky velkovýrobců, které vedly ke snižování prodejní ceny na minimum. Mezi tyto praktiky patří především náhrada hovězího a vepřového masa kuřecími separáty, koňským masem, přidáváním chemických konzervantů, zvětšování obsahu vody ve výrobních, nedodržování hygienických a asanačních předpisů, obcházení vyhlášek a nařízeních. V posledním období nepřímo přispívají k podpoře malých tradičních výrobců různé mediální diskuse a odborné pořady, kde se veřejně hodnotí a rozebírají produkty malovýrobců a velkovýrobců dodávající do velkých prodejen v obchodních centrech.

5.2 Analýza konkurence

Vzhledem k předem určenému okruhu působnosti, se společnosti Trucidatio LiBitt s. r. o. zaměří na analýzu hlavních konkurentů v Plzeňském kraji. V druhém kroku se bude snažit analyzovat jejich jednotlivé nabízené služby a rozsáhlost

nabízeného sortimentu. Na základě získaných a dostupných informací si firma sestavila přehled několika vybraných konkurentů:

Ponnath ŘEZNIČTÍ MISTŘI, s. r. o.

Jedná se o středně velký rodinný podnik v Sušici, vyrábějící své výrobky převážně na německém, ale i českém trhu. Zakládá si na více než třistaleté rodinné tradici. Mezi firemní úspěchy podnikání lze považovat dodržování stanovených zásad, vybudování sítě inovativních a kompeptentích dodavatelů. Pro dosažení požadované kvality pro zákazníky byl vytvořen vlastní přísný systém kontroly.

Výhodou společnosti je možnost spolupráce se všemi možnými druhy prodejců uzenin a masných výrobků, vyškolení pracovníci a dlouholetá tradice. [13]

Masokombinát Plzeň s. r. o.

Masokombinát Plzeň, známý podle jména zakladatele Schneider se specializuje na výrobu uzenin a salámů podle vlastních receptur a pod vlastní obchodní značkou. Společnost disponuje velmi moderním rozlehlým zázemím.

Společnost má vypracovaný a certifikovaný systém managementu jakosti podle mezinárodních norem. Disponuje velkými finančními prostředky investovanými do inovací podniku a technologií. Zajišťuje komplexní proces výroby od poražení až po distribuci k zákazníkovi ve vlastní režii.

Pro podporu prodeje pořádá řadu věrnostních a slevových akcí nebo soutěží o zajímavé ceny. [14]

Český Grunt, s. r. o.

Firma, která působí v Plzni a jejím okolí. Na veřejnosti je známa pod názvem Pernarecké maso – uzeniny.

Společnost se specializuje na zpracování hovězího a vepřového masa ve vlastních prostorách. Distribuce výrobků ke konečným zákazníkům probíhá v její vlastní režii. Společnost provozuje několik vlastních prodejen po Plzni. Pro další rozvoj zprostředkovává pro své budoucí společníky spolupráci na bázi franchisingu.

Mezi další obory podnikání této společnosti patří zajišťování cateringových služeb nebo půjčování vybavení. [15]

PMU CZ, a. s.

Procházka maso – uzeniny je známa na díky spolupráci s předními obchodními řetězci, v jejichž prostorách má pronajaté prodejny. Polotovary a výrobky z hovězího, vepřového a drůbežího masa připravují v prostorách prodejen, což velmi snižuje náklady na logistiku oproti dovážení z centrální výrobny.

Výhodou z pohledu zákazníka je delší otevírací doba sedm dní v týdnu. Veřejnost se snaží přilákat například pečením bílého pečiva, koláčů apod. Každý týden jsou připraveny slevové akce na vybrané výrobky. [16]

Mezi další konkurenty lze zahrnout řadu menších výrobců, kteří jsou působící pouze v okolí svého sídla.. Nemají dostatek kapitálu potřebného do vložení reklamy, která by přispěla k dalšímu rozvoji. Mezi jejich největší výhody patří tradiční výroba založena na nejvyšší kvalitě, vstřícný a rodinný přístup k zákazníkům. Mezi takovéto výrobce a prodejce lze řadit např.: Václav Majer – řeznictví, Maso – uzeniny Václav Kašpar, Řeznictví Gruska, s. r. o. a jiné.

5.3 Analýza dodavatelů

Při stanovené obchodní strategii společnosti Trucidatio LiBitt, s. r. o. je nezbytné zajistit zejména dodávky surovin určené k výrobě. Protože chce firma stavět svůj úspěch na základech své filozofie, je třeba pečlivý výběr a analýza všech dodavatelů a snaha poznat jejich dodávaný sortiment předem. Dodavatelé tradičního masa budou vybíráni hlavně v Plzeňském kraji, z důvodu nižších nákladů na logistiku, rychlosti a včasnosti dodávky. Bude také brán zřetel na schopnost splnění větší a neočekávané dodávky. U výrobků z masa, neobvyklého pro tuzemské chovy, musí společnost rozšířit svůj okruh hledání po celé republice a i sousedních států, hlavně Německa a Rakouska. Neméně významnou roli hraje samotná cena dodávaných surovin, která se promítne do finálního výrobku. Snahou společníků bude najít co nejlevnějšího dodavatele při vysoké úrovni nabízených surovin.

Bude třeba také zajistit dodavatele balícího materiálu, který udrží teplotu a čerstvost výrobků, dodavatele pracovních nástrojů, elektrické energie a další.

Všechny tyto zmíněné základní dodavatelské vztahy budou ujednány na základě smluv.

5.3.1 Výběr dodavatelů

Na základě získaných informací z internetu nebo referencí od veřejnosti si firma sestaví přehled oslovovaných dodavatelů:

- Jatky Blovice, s. r. o.,
- Jatky Domažlice, s. r. o.,
- Masokombinát Plzeň, s. r. o.,
- Jatka Zbiroh spol s. r. o.,
- Miloslav Šefler – Jatky Horažďovice,
- Ponnath Řezničtí Mistři, s. r. o.,
- Měcholupská zemědělská, a. s.,
- Jatka Dehtín, s. r. o. a
- Jatky Plzeň, a. s.

O dodávkách například bizoního či buvolího masa bude potřebné jednat přímo s chovateli těchto zvířat, z důvodu omezené dostupnosti. Poté bude zapotřebí vyjednat zvláštní podmínky na jatkách o porážce.

Zajištění ostatních látek pro výrobu jako je sůl, koření a další bude nakupováno ve velkoobchodech v okamžiku, kdy množství klesle pod předem stanovenou signální úroveň. Také zásobování prostředků pro prodejnu a balící materiály bude probíhat na stejné bázi.

6 Marketingový plán

Jedná se o strategický, velmi důležitý plán, ve kterém společnost naznačuje, jak chce podnik využít svých výhod oproti konkurenci. Marketingový plán je rozdílný při vstupu podniku na trh a jeho rozmachu, při stálém zakotvení na trhu. Při plnění úloh v různých obdobích využívá rozdílné nástroje marketingového mixu. [6]

Na důkladně připraveném a promyšleném marketingovém plánu závisí z velké míry úspěch začínající firmy. Nestačí se odlišovat od konkurence nevšedním výrobkem nebo službou, ale budoucí zákazníci se musí o těch možnostech dozvědět a být neustále informováni.

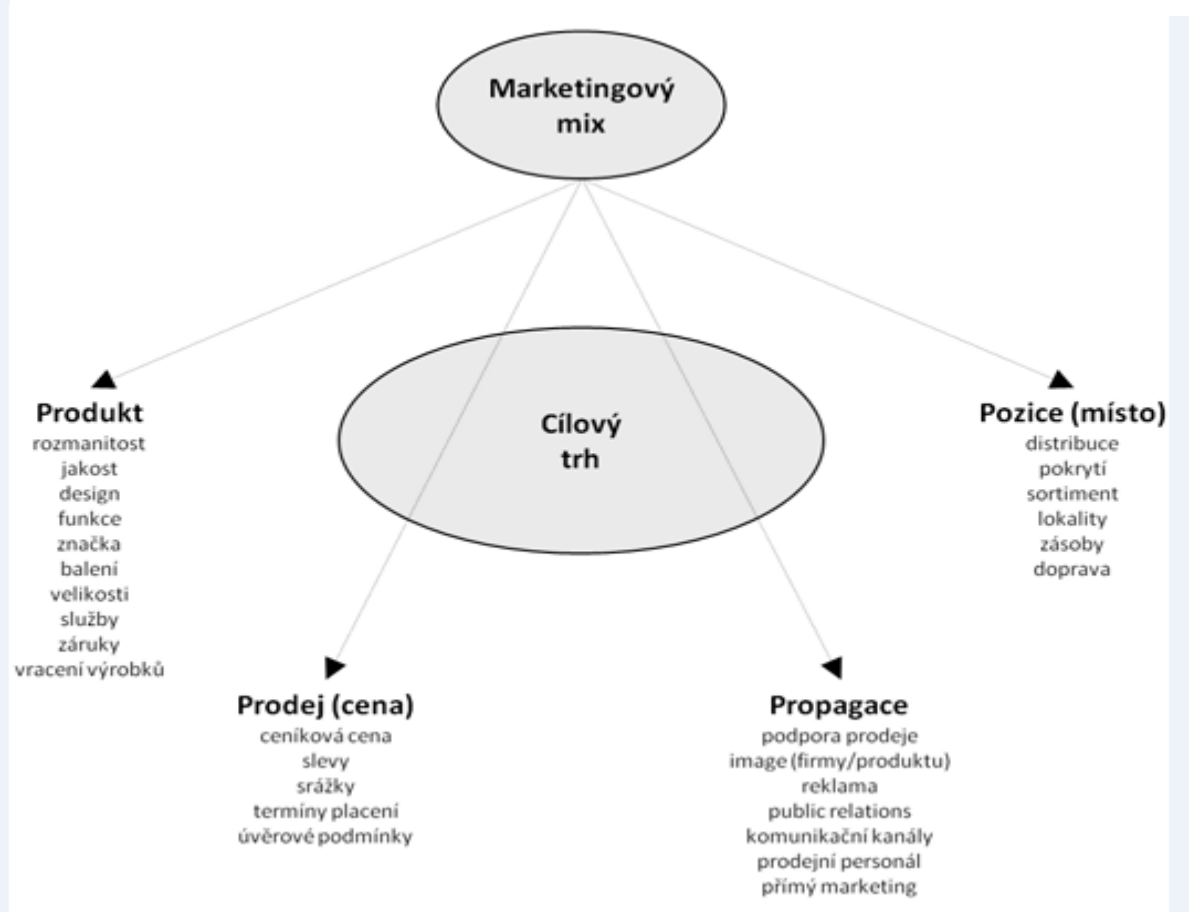
Marketingová strategie společnosti Trucidatio LiBitt, s. r. o. bude ze začátku založena na oslovení a zaujetí co největšího okruhu zákazníků, přesvědčení o kvalitě nabízených výrobků a doplňkových služeb. Společníci jsou si vědomi potřeby vynaložit v prvním roce mnohem větší úsilí a více peněžních prostředků, chtějí-li proniknout na přední místa na trhu.

V dalších letech po zavedení společnosti na trhu očekávají snížení nákladů na reprezentaci. Nastavenou kvalitou výrobků a služeb, chtějí, aby reklama byla uskutečňována na bázi referenčního marketingu, který je založen na doporučení stávajících klientů svému okolí.

6.1 Marketingový mix – 4 P

Marketingový mix vychází ze čtyř hlavních veličin, kterými jsou produkt, cena, reklama a místo. *„Všechny tyto složky jsou závislé, přičemž při stanovení jejich optimální kombinace je třeba vycházet z charakteristiky trhu a projektu.“ [7, s. 39]*

Obr. č. 2: Marketingový mix



Zdroj:managementmania.com

- **Produkt**

„*Produkt představuje nejdůležitější nástroj marketingového mixu, protože tvoří podstatu firemní nabídky na trhu a bezprostředně slouží k uspokojování potřeb zákazníků. Proto je jádrem marketingu. Nejdůležitějším nástrojem marketingu je také díky tomu, že svým charakterem a kvalitou ve značné míře ovlivňuje rozhodnutí v oblasti distribuční, cenové, ale také komunikační politiky.“ [2, s. 199]*

Jak již bylo zmíněno, společnost Trucidatio LiBitt, s. r. o. chce prodávat zákazníkům kromě tradiční výrobků i speciality a nabízet doplňkové služby. Společníci si uvědomují, že pouze nabídka neobvyklých mas a výrobků by nemusela v počátcích stačit k uspokojení jejich očekáváních co se zisku týče, proto se rozhodli i pro stálý prodej tradičních výrobků, po nichž nabídka stále převažuje.

Tradiční nabídka bude obsahovat tyto produktové řady:

- výsekové vepřové a hovězí maso,
- salámy,
- uzeniny
- vepřové a hovězí droby,
- uzená masa,
- skopové,
- zvěřina,
- vařenou výrobu a speciality,
- bezlepkové produkty,
- dárková masná balení a
- doplňkový sortiment.

V nabídce netradičních produktů, na kterou chce společnost klást velký důraz, protože se v okolí jiný konkurent se stejným sortimentem nenachází, se objeví např.: antilopí, bizoní, buvolí, klokaní, krokodýlí, sobí, losí, pštrosí a velbloudí maso.

Za účelem vyzdvihnutí kvality a originality výrobků chce firma mít jedinečné, nevšední designové obaly, protože vzhled hraje poměrně důležitou roli při rozhodování zákazníka. Z tohoto důvodu zamýšlí společníci využít možnosti spolupráce s Design centrem v rámci poskytnutých dotací.

Další produktovou oblastí je poskytování komplexních služeb, které jsou nezbytné k získání obliby mezi zákazníky. Jedná se hlavně o plnění zakázkových objednávek, možnosti rozvážky objemnějšího nákupu na určenou adresu, atd.

Podle současného trendu bude část prodejny vybavena stoly a pultem, kde budou moci kupující bezprostředně ochutnat nakoupené produkty.

Firma považuje za samozřejmé poskytování záruk za své nabízené služby a výrobky v době trvanlivosti, při dodržování předem definovaných skladovacích podmínek, nejsou-li určeny k okamžité spotřebě.

Vymýšlení nových výrobků a inovací stávajících bude v kompetenci jednatelů a odborného personálu.

- **Cena**

„V nejobecnějším smyslu cena představuje peněžní vyjádření hodnoty produktů. Hodnota produktu je dána jeho schopností uspokojovat určité potřeby, tedy jeho skutečnou a často i psychologickou užitečností.“ [2, s. 206]

Při stanovení ceny výrobků je nezbytné zohledňovat faktory, který působí na její tvorbu:

- firemní cíle a cíle cenové hladiny,
- náklady,
- poptávka,
- konkurence,
- právní a regulační opatření.

Zakladatelé společnosti Trucidatio LiBitt, s. r. o. si sestaví pro výpočet prodejích cen jednoduchý základní vzorec, který s různými obměnami lez využívat pro všechny druhy výrobků.

Schéma č. 1: Cenový kalkulační vzorec

přímý materiál přímé mzdy ostatní přímé náklady výrobní režie
vlastní náklady výroby správní režie
vlastní náklady výkonu odbytové náklady
úplné vlastní náklady výkonu zisk
cena výkonu
< konkurenční cena

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Společnost při sestavování prodejních cen zahrnuje jako první ceny surovin. U vepřového a hovězího masa lze s dodavateli vyjednat výhodné cenové podmínky. U netradičních mas se do ceny projeví horší dostupnosti a náročnosti na zpracování. Výrobní komplementy představují koření atd.

Při propočtech úplných nákladů výroby si zároveň společníci určí spodní hranici ceny, pod kterou se výroba nevyplácí. Budou muset reagovat přijetím určitých nápravných opatřeních nebo výrobu produktu zrušit.

Při zjišťování horní hranice, se obecně vychází z velikosti poptávky zákazníků. Zároveň je třeba zohledňovat ceny konkurence. Firma si je vědoma, že není v jejích možnostech cenu stlačit na úroveň velkých marketů, ale v porovnání s menšími výrobci lze vstupní faktory korigovat tak, aby získala konkurenční výhodu na svou stranu.

Pro stálé zákazníky jsou připravena určitá cenová zvýhodnění, jako větší množství za menší cenu atd. Pro větší odběratele jsou vymyšlené slevové programy, odvíjející se od velikosti a rychlosti odběrních cyklů.

- **Propagace**

„Propagace představuje určitou formou marketingové komunikace firem. V souvislosti se slovem marketing se často vybavuje reklama, která je jedním z nástrojů komunikace firmy z trhem. Pod pojmem marketingová komunikace se rozumí systém komunikačních metod a prostředků, s jejichž pomocí firma ovlivňuje nákupní chování zákazníků. Firma hledá pomocí marketingové komunikace způsoby, jak upozornit zákazníky na svoji nabídku, její vlastnosti, kvalitu nebo odlišnost od konkurence, ale také na její cenu a možnosti jejího získávání.“ [2, s.219]

Možností propagace se nabízí velké množství. Společníci mají např. připravené spoty na vysílání v radiích působící v Plzeňském kraji nebo letáky určené pro tisk do deníků. Z důvodu být stále viděn jsou připravené polepy s firemním logem a odkazy na vozy taxislužby a MHD.

V dnešní době je nepostradatelnou součástí úspěšné propagace vlastnění internetových stránek. Na firemních stránkách bude kompletní nabídka všech výrobků, logicky rozdělených podle druhů, aktualizované výhodné nabídky, vše po otevření odkazu s celým popisem obsahu složení, původu, vlastností a ceny. Bude možné provádět on-line objednávky či rezervace na dané výrobky s možností zasílání automatických e-mailů s aktuální nabídkou a novinkami. Zákazníci budou mít možnost

provádět anonymně hodnocení a navrhovat zlepšení. Do podvědomí by se chtěla společnost dostat také zveřejněním propracovaných bannerů na stránkách svých obchodních partnerů a propagací na sociálních sítí, jež představují velký potenciál a rozšíření okruhu potencionálních klientů. Pro tyto služby bude najata externí odborná firma.

K pozitivní reklamě a potvrzení inzerované kvality přispívá i vzhled interiéru prodejny, její vnitřní dispozice, vybavení a obslužný personál, který může být negativním článkem v propagaci. Je důležité naučit ho slušnému vystupování, komunikaci se zákazníky, ochotě, vybavit informacemi o nabízených výrobcích a zajistit reprezentativní pracovní oděv. V prodejně bude denně možnost zdarma ochutnat ze vzorků právě nabízených produktů, budou nabízeny dva druhy letáků volně k odběru. Jeden klasický s týdenní nabídkou, druhý s kompletní nabídkou, včetně poskytovaných služeb.

Pro zviditelnění a představení veřejnosti možnosti firmy jsou plánovány účasti na několika gastronomických veletrzích, farmářských trzích a podobných akcích.

Pro udržení stávajících zákazníků budou připravené již zmíněné věrnostní bonusy a programy. Pro všechny klienty mají společníci připravené různé typy soutěží o zajímavé ceny.

S postupným vývojem firmy by jednatelé chtěli některé nákladné formy reklamy redukovat. Díky kvalitě a poctivosti výrobků a služeb společnost chce, aby reklama v budoucnu fungovala na bázi referenčního marketingu, kdy informace o firmě budou předávat stávající zákazníci mezi své okolí.

- **Místo**

Při hledání vhodného místa provozování činnosti měli společníci předem dohodnuto několik kriterií:

- možnost rozdělení plochy na prodejní a konzumní část,
- bezprostřední propojení prodejny, výrobny a skladu,
- umístění s dobrým logistickým přístupem,
- místo s velkou koncentrací potenciálních klientů.

Z několika možných objektů společníci vybrali budovu bývalého kina Elektra na adrese Plzeň, Škroupova 1982/3, kde zamýšlí mít sídlo firmy, včetně provozovny a kanceláře.

Jedná se o objekt umístěný v nejrušnější části Plzně, splňující všechny zadané požadavky. V přízemí objektu je již připraven obchod určený k podobným podnikatelským aktivitám, na který lze napojit výrobnu. V podzemních částech budovy je dostatek místa pro vybudování rozměrného skladu, který bude vyhovovat nejen dispozičním, ale i hygienickým požadavkům. Objekt je pro firmu perspektivní i při řešení otázek dalšího rozvoje. Nájemné za tyto prostory se bude pohybovat kolem 60 000 až 80 000 korun. Konečná výše bude závislá na výsledcích jednání.

Prostory určené pro výrobu bude zapotřebí vybavit kromě klasického zařízení také speciální vzduchotechnikou a filtrací, zabraňující šíření nečistého ovzduší do okolí. Provozní část a zázemí pro zaměstnance se bude muset vybavit, aby odpovídala přísným hygienickým požadavkům.

Provozní doba je plánována ve všední dny od 7 do 17 hodin. V sobotu bude zkrácena do 15 hodin.

Díky dispozici budovy odpadnou náklady spojené na dopravu mezi výrobnou a prodejnou. Umístění je výhodné i pro zamýšlený pojízdný prodej, protože z Plzně vede silniční infrastruktura do všech částí kraje.

6.2 SWOT analýza

SWOT analýza je často definována jako analytický rámec a postup, který odhaluje a hodnotí důležitost silných (**S**trenghts) a slabých (**W**eakness) stránek zkoumaného subjektu. Jde víceméně o vnitřní faktory, které můžeme sami od sebe ihned ovlivňovat.

Dále posuzuje příležitosti (**O**pportunities) a hrozby (**T**hreats). Jsou to vnější vlivy, které vlastní vůlí nemůžeme ovlivnit, pouze na ně reagovat. [6]

SWOT analýza je jedinečná pro každý podnik. Na základě výsledků analýzy lze vybrat strategii, kterou se bude určitý podnik v budoucnu ubírat, pomůže odhalit slabé stránky a hrozby, na které se může v předstihu připravit nebo se jim vyvarovat.

Vyhotovená SWOT analýza společníky firmy Trucidatio LiBitt, s. r. o. má následující podobu:

Tab. č. 3: SWOT analýza společnosti

Silné stránky	Slabé stránky
- nabídka tradiční i výjimečných výrobků - kvalita nabízených výrobků - vysoká úroveň poskytovaných služeb - široký sortiment výrobků - plnění nestandardních objednávek - mobilní prodejna - kvalifikovaný personál - znalost nabídky konkurence - část prodejny určená k ochutnání výrobků - doplňování nabídky o nové produkty	- velká finanční náročnost - nově na trhu - nedostatečně zaškolený personál při nástupu do zaměstnání - omezené prostředky na reklamu - malé počáteční zkušenosti - v počátku malé reference na trhu
Příležitosti	**Hrozby**
- zvyšující se poptávka - zkvalitňování a rozšiřování služeb - expanze podniku na další území - rozšiřování okruhu zákazníků - možnost prezentace na akcích	- rychlý vývoj konkurence - konkurenční výrobky z ciziny - neustále se zvyšující ceny vstupů - administrativní náročnost - hygienická nařízení, měnící se zákony - dumpingové ceny vybraných konkurentů

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

7 Plán personálního zabezpečení

„Plánování personálních činností představuje řadu rozhodnutí o tom, jaké konkrétní činnosti budou realizovány či jaké změny již realizovaných činností budou uskutečněny v zájmu dosažení cílů organizace.

Plán zabezpečování lidských zdrojů se zabývá přístupy k získávání pracovníků z vnitřních i z vnějších zdrojů organizace a tím, jak přilákat vysoce kvalitní uchazeče Plán získávání pracovníků obsahuje z vnějších zdrojů ve většině případů obsahuje:

- *počty a typy pracovníků k pokrytí potřeby včetně času, kdy budou tito pracovníci zapotřebí*
- *pravděpodobné zdroje pracovníků*
- *plány využití alternativních zdrojů*
- *způsob realizace programu získávání pracovníků.“ [8, s. 76]*

7.1 Plánování pracovníků

Při plánování lidských zdrojů vychází společníci ze dvou základních otázek:

1. Kolik pracovníků přijmout?

2. Jaké pracovníky přijmout, s jakým vzděláním?

Pro fungování společnosti bude ze začátku zapotřebí minimálně jedenácti pracovníků, včetně dvou jednatelů. Pracovníci budou zaměstnáni na hlavní pracovní poměr.

Bude zapotřebí kvalifikovaných pracovníků s praxí v oboru na zpracování a přípravy masných výrobků, kteří mají zažité postupy výroby a jsou flexibilní při řešení nastalých problémů. Bude brán velký zřetel na kvalitu jejich odvedené práce, protože bude z velké části přispívat k úspěchu společnosti. Za kontrolu jejich pracovního nasazení a kvalitu výsledků bude zodpovědný vedoucí pracovník úseku výroba.

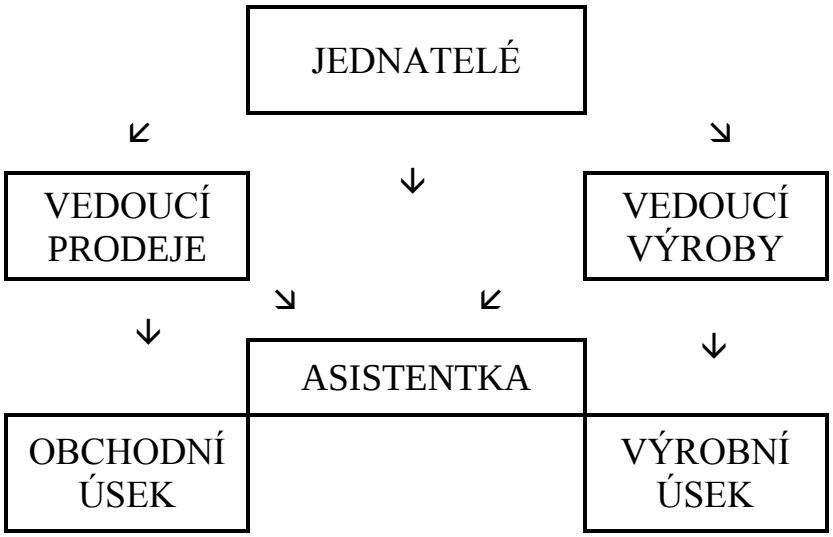
Součástí pracovního týmu budou také kvalifikovaní prodejci, na něž bude kladen požadavek solidního, slušného vystupování a ochoty k zákazníkům. Na jejich práci bude dohlížet vedoucí prodeje.

Pracovní pozici jako uklízeč, údržbář prostor budou vykonávat lidé na vedlejší pracovní poměr, např. na dohodu o provedení práce.

Otázky mzdového účetnictví, náboru nových pracovníků, systém odměňování, řešení personálních problémů budou v kompetenci jednatelů, kteří budou spolupracovat s vedoucími pracovníky.

7.2 Organizační struktura společnosti

Schéma č. 2: Základní organizační struktura



Zdroj: vlastní zpracování, 2013

V čele společnosti Trucidatio LiBitt, s. r. o. budou stát dva jednatelé, kteří řídí celý chod firmy prostřednictvím svých podřízených. Jednatelům přímo podléhají vedoucí jednotlivých odděleních, jež mají plnou odpovědnost za chod přiděleného úseku. V jednotlivých úsecích bude zaměstnán odborný personál. Asistentka má na starost pomoc v administrativní oblasti jednatelům i vedoucím.

7.3 Pracovní náplň, charakteristika jednotlivých pozic

Pro správný a efektivní chod společnosti je nezbytné, aby měla přesně vymezeny pracovní úkoly zaměstnanců na jednotlivých pozicích. Jen tak lze zajistit kontinuální chod bez řešení zbytečných problémů vznikajících špatnou organizací.

Jednatelé mají podle základní definice zastupovat společnost navenek. Jejich práce ve firmě bude ale daleko rozsáhlejší. Jeden z jednatelů, který bude zároveň pověřenou osobou bude mít vzdělání a několikaletou praxi v potravinářském oboru, zejména ve výrobě a distribuci. Druhý bude mít ekonomické vzdělání.

Budou zodpovídat za chod společnosti po finanční, administrativní, marketingové, personální a provozní stránce. Z tohoto důvodu není v jejich možnostech vykonávat všechny činnost správně a efektivně, proto budou zaměstnávat vedoucí

jednotlivých úseků, na které budou delegovány určité pravomoci, při zanechání si výsadního práva na rozhodování. Budou řešit otázky plánování dalšího vývoje firmy, vymýšlet možnosti expanze, strategie. Budou Vyhledávat a vyjednávat vhodné podmínky se současnými dodavateli surovin. Jejich další činností je sledování vývoje na trhu a požadavků zákazníků.

Vedoucí prodeje, přímí podřízený jednatelů, zodpovídá za chod prodejní části a jejích záležitostí. Bude mít na starost zajištění dodávek výrobků na pulty, údržbu prodejny, dekoraci, hlídání pracovníků, aby dodržovali pracovní etiku. Bude se podílet na rozhodování o budoucnosti a vývoji prodejní části firmy. Tato pozice bude mít význam při rozhodování o přijetí nových pracovníků do prodeje.

Je vyžadováno minimálně středoškolské vzdělá s alespoň tříletou praxí na obdobné pozici s výbornými referencemi. Musí prokázat schopnost vést podřízené, komunikovat s nimi, analyzovat a včas odhadnout problémy, pružně a efektivně je řešit. Dále je požadováno vlastnění řidičského průkazu skupiny B a znalost anglického a německého jazyka.

Vedoucí výroby se nachází na stejné organizační úrovni jako vedoucí prodeje. Zodpovídá se za svou práci také přímo jednatelům. Bude mít na starosti objednávání dodávek surovin pro výrobu od dodavatelů, zajišťující dostatečné množství k výrobě několika následujících dnů. S tím souvisí hlídání zásob ve skladu a zajištění jeho chodu podle předepsaných provozních a hygienických předpisů. Obdobně jako vedoucí prodeje bude dohlížet na bezproblémový chod výroby, podílet se na výběru nových zaměstnanců a vymýšlení inovací ve výrobě.

Po vedoucím výroby bude požadováno vzdělání v potravinářství na středoškolské úrovni, ukončené maturitou a praxe tří let v oboru. Musí prokázat schopnost přijmout zodpovědnost za své rozhodování a rychle jednat. Nutností je vlastnění řidičského oprávnění a schopnost domluvit se jedním světovým jazykem na základní úrovni z důvodu stručného porozumění při komunikaci se zahraničními dodavateli.

Pracovní náplň zaměstnanců jednotlivých úseků vyplývá z jejich zařazení. V prodejně budou zaměstnáni 3 lidé a ve výrobě 4. Za jejich odvedenou práci přebírá odpovědnost jednotlivý vedoucí. Bude vyžadováno minimálně střední odborné vzdělá, reference z předchozího zaměstnání, praxe v oboru a praktické prokázání odborné

způsobilosti. Řidiči pojízdné prodejny a zásobovacího vozu musí vlastnit řidičské oprávnění skupiny C+E.

Pracovní náplní asistentky bude příprava podkladů pro jednatele, návrhy smluv, objednávek, pomoc při hledání dodavatelů, vyřizování klasických administrativních záležitostí, vedení archivu a vyřizování pošty. Bude také spolupracovat a pomáhat vedoucím jednotlivých úseků.

Na tuto pozici je požadováno středoškolské vzdělání ukončené maturitou, nutnost vlastnění řidičského průkazu skupiny B, výborná znalost minimálně anglického a německého jazyka, ochota a schopnost pružně reagovat na nastalé události.

Společníci předpokládají zaměstnat pracovníka na ostatní práce, který bude mít na starosti úklid, údržbu a opravy v prodejně a jejím okolí.

Dále chtějí vytvořit skupinu 5 brigádníků, kteří budou zaměstnáni na zastupování prodavačů např. v době dovolených. Tím si bude firma zaškolovat nové potenciální zaměstnance.

7.4 Vznik pracovního poměru

Informace o volných pracovních pozicích budou zveřejňovány na úřadu práce, firemních webových stránkách, internetu a regionálních mediích. Především nábor pracovníků na dohodu nebo vedlejší pracovní poměr bude inzerován ve školách s příslušným zaměřením.

Uchazeči budou zasílat firmě žádosti o pracovní místo, spolu se strukturovaným životopisem a referencemi o získané praxi z předchozích zaměstnáních. Následně budou tyto dokumenty přezkoumány, vyhodnoceny a vybrány ty, které nejvíce odpovídají zadaným požadavkům. Vybraní uchazeči budou pozváni na ústní pohovor, kde budou kladeny otázky s volnými odpověďmi, ověřovány technické schopnosti, jazyková vybavenost a další vlastnosti potřebné k výkonu dané činnosti.

Hlavní pracovní poměr bude uzavírán na základě pracovní smlouvy, která bude obsahovat mimo zákonem stanovených povinných náležitostí např. určení výše příplatků, výši odměn a poskytování náhrad.

Brigádníci z důvodu jejich omezené potřeby budou pracovat na základě dohody o provedení práce, obsahující vymezení pracoviště, pracovní náplně, odpovědné osoby, časové rozpětí.

Všechny tyto dokumenty budou uzavírány písemně ve dvou vyhotoveních. Jedno si ponechá společnost a druhé zaměstnanec.

7.5 Hodnocení a odměňování pracovníků

„Odměňování v moderním řízení lidských zdrojů neznamená pouze mzdu nebo plat, popřípadě jiné formy peněžní odměny, které zaměstnavatel poskytuje pracovníkovi jako kompenzaci za vykonanou práci, ale zahrnuje i povýšení, pochvaly a také zaměstnanecké výhody poskytované pracovníkovi nezávisle na jeho pracovním výkonu.“ [2, s. 276]

„Jednou z klíčových otázek odměňování pracovníků je otázka přiměřeného, spravedlivého a motivujícího systému odměňování.“ [2, s. 277]

Společníci si sestavili předběžný přehled očekávaných hrubých mezd na jednotlivých pozicích. Vycházeli z náročnosti práce, míry odpovědnosti a z množství delegované pravomoci. Uvědomují si, že chybné nastavení mzdové úrovně by mohlo znamenat ztrátu zaměstnanců nebo nedostatečné odvedení požadované práce. Rozhodli se k poskytování peněžních i nepeněžních odměn na konci období zaměstnancům, kteří splní určitá kriteria vztahující se k odvedené práci.

Zaměstnancům budou vypláceny příplatky za práci v noci, sobotu a neděli v minimální výši deseti procent, stanovených zákoníkem práce. Za práci přes čas bude vypláceno dvacet procent z průměrného výdělku, nezvolí-li zaměstnanci možnost vybrání náhradního volna. [24]

Tab. č. 4: Kalkulace personálních nákladů

PRACOVNÍ POZICE	HRUBÁ MZDA (V KČ)	MĚSÍČNÍ ODMĚNA Z HRUBÉ MZDY (V %)
jednatel	45 000	--
vedoucí úseku	25 000	10
sekretářka	24 000	10
zaměstnanci – výroba	21 000	10
zaměstnanci – prodej	13 000	10
řidiči	25 000	10
zaměstnanci VPP	9 900	--
brigádníci	9 900	--

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

7.6 Rozvíjení pracovních dovedností

V rámci firemní filozofie založené na nejvyšší kvalitě bude potřebné neustále rozvíjet a zdokonalovat schopnosti a dovednosti svých zaměstnanců. Především bude kladen důraz na rozvoj jazykové vybavenosti vedoucího prodeje, jeho podřízených a sekretářky, kteří budou přicházet do kontaktu s klienty a obchodními partnery z jiných států.

Veškeré zdokonalovací programy prováděné externí firmou budou hrazeny zaměstnavatelem.

8 Finanční plán

Cílem finančního plánu bude sestavit zakladatelský rozpočet a vyčíslit veškeré položky nutné k provozu činnosti. Dále budou analyzovány jednotlivé nákladové položky a odhadnuty výnosy.

8.1 Zakladatelský rozpočet

Pro stanovení optimální výše finančních prostředků potřebných k realizaci podnikatelského záměru si společnost Trucidatio LiBitt, s. r. o. sestaví jednoduchý zakladatelský rozpočet. Některé položky budou záměrně nadhodnocené, z důvodu eliminace překážek vzniklých v samém začátku z nedostatku kapitálu.

V zakladatelském rozpočty jsou zobrazeny pouze základní položky potřebné k zahájení provozu činnosti. Jedná se o vybavení výrobny, prodejny, kanceláře, zajištění zásob pro týdenní výrobu, počáteční výdaje na reklamu, úkony vedoucí k provozuschopnému stavu prostor, telefonní služby, internet a úklidové práce.

Tab. č. 5: Vybavení výrobny, prodejny

	POLOŽKA	Cena (bez DPH)
vybavení výrobny	Nastřikovací zařízení	80 000
	Masírovací zařízení	70 000
	Řezačka masa	57 000
	kutr	22 000
	Míchačka masa	40 000
	Plničky masa	4 200
	Varný kotel	75 000
	Udírna	18 000
	Lednice, chladící boxy	160 000
	Nože, ocílky	14 000
	Pracovní pult, špalek	26 000
	Formy	8 000
	Manipulační zařízení	10 000
	Pracovní oděvy	5 000
	Filtrace ovzduší	400 000
	Zednické práce	50 000
	Celkem	1 170 200

vybavení prodejny	Chladící vitríny	50 000
	Pokladní pult	23 000
	Nabídková tabule - interaktivní	8 000
	Nože, řezací stroje	13 000
	Degustační zázemí	25 000
	Police, ozdoba	30 000
	Osvětlení	18 000
	Designerská firma	25 000
	Celkem	192 000
sklad	Zařízení skladu	120 000
	Zednické práce	10 000
	Celkem	130 000

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Největší finanční zátěží bude samotné vybavení prostor pro přípravu a prodej výrobků. Společníci k sestavení rozpočtu využívali především různé internetové ceníkové nabídky. Výsledné ceny budou po zaslání kompletní, přesné nabídky a následném jednání s dodavateli nižší o několik procent.

Pro vybavení prodejních prostor chce firma využít služeb specializované designerské firmy, aby byla co nejlépe navržena dispozice jednotlivých jejích částí.

Tab. č. 6: Ostatní počáteční výdaje

Vybavení kanceláře	60 000
Telefon, internet	4 000
Vozidla	1 300 000
Suroviny	63 000
Sociální vybavení	60 000
Šatny	15 000
Úklidové prostředky	10 000
Výdaje na reprezentaci, pracovní cesty	6 000
Ostatní výdaje	15 000

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

8.2 Zahajovací rozvaha

Tab. č. 7: Zahajovací rozvaha

AKTIVA		PASIVA	
Stálá aktiva		Vlastní kapitál	
dlouhodobý majetek	2 927 200	-základní kapitál	200 000
zřizovací výdaje	78 400	Cizí zdroje	
Oběžná aktiva		-úvěry, půjčky	3 283 600
-zásoby	63 000		
-pokladna	15 000		
-bankovní účet	400 000		
Aktiva celkem	3 483 600	Pasiva celkem	3 483 600

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Výčet dlouhodobého majetku firmy je popsán v kapitole Zahajovací rozpočet. Mezi stálá aktiva se při sestavování rozvahy musí zahrnovat kromě dlouhodobého majetku, potřebného k provozu živnosti i zřizovací výdaje, placené z vlastních zdrojů společníků, jež obsahují:

- sepsání společenské smlouvy u notáře: 3500 Kč,
- ověřování podpisů a listin: 1000 Kč,
- výpis z rejstříku trestu společníků: 400 Kč,
- ohlášení živnosti: 1000 Kč,
- návrh na zápis do Obchodního rejstříku: 5000 Kč,
- výpis z Obchodního rejstříku: 200 Kč,
- výpis z Živnostenského rejstříku: 300 Kč,
- bankovní poplatky: 1000 Kč, [18]
- nájemné: 60000 Kč.

Jedná o platby za úkony, které musí být provedeny před vznikem živnosti. Společníci stanoví minimální hotovost v pokladně potřebnou k dennímu chodu obchodu a velikost na bankovním účtu, která se skládá ze základního kapitálu a financí na další nezbytný nákup vybavení a nutné opravy. Veškeré zřizovací výdaje, jako nehmotný

majetek, budou vstupovat do nákladů formou odpisů podle § 32a Zákona o dani z příjmů následujících 60 měsíců.

Stranu pasiv tvoří z valné části kromě vlastního kapitálu také cizí zdroje, kterými budou poskytnuté dotace z Evropské unie pro podporu začínajících podnikatelů a úvěr od Komerční banky v celkové výši 3 280 000 korun.

Jednatelé nebudou využívat možnosti tvorby rezervního fondu při založení, jak dovoluje Obchodní zákoník podle § 124.

8.3 Analýza nákladů

V prvním roce podnikání budou největší náklady na reklamu a propagaci. Budou vyšší než v následujících letech, z důvodu představení firmy veřejnosti. Společníci odhadují celkové roční náklady přes dvě stě tisíc korun. Plánovaná kalkulace zahrnuje:

- tisk 5 000 kusů letáků: 10 000 Kč,
- reklama v denících: 30 000 Kč,
- reklama v regionální televizi: 150 000 Kč,
- polep taxi, MHD: 20 000 Kč,
- reklamní cedule: 6 000 Kč,
- chodící reklama: 2 000 Kč.

Velkou měrou přispívají k propagaci a podmanění si zákazníka vlastní webové stránky. Z důvodu absence vzdělání v tomto oboru společníci využijí pro tvorbu svých internetových stránek služby externí specializované firmy. Jejich založení představuje částku kolem třiceti tisíc korun. Výsledná cena bude záležet na množství specifických požadavků a efektů. Jednorázový poplatek za registraci domény se pohybuje od 150 do 250 korun.

Účetnictví a zpracování daňových záležitostí povede externí specializovaná firma z Plzně. Měsíční paušální výdaje budou v rozmezí 1800 – 2000 korun. Poté bude potřebné zohlednit platby za:

- zúčtování zaměstnanců: 500 Kč,
- zpracování daně příjmu ze závislé činnosti: 800 Kč,
- zpracování daňového přiznání k dani z příjmu 7 000 Kč,
- roční uzávěrka 2 000 Kč.

Také vypracování návrhu a dohled nad čerpáním dotací bude v režii externí firmy. Průměrná cena za zpracování uceleného návrhu žádosti se pohybuje kolem 50 000. V průběhu čerpání si bude účtovat měsíční provizi ve výši deseti procent z návrhu na zpracování.

Dále velký objem finančních prostředků představuje pořízení zásob materiálu určeného k výrobě. Společníci předpokládají objem výroby v prvním roce kolem 2000 tun. Při pořizování masa z netradiční zvěře budou náklady na pořízení pravděpodobně vyšší, což chtějí jednatelé eliminovat např. závazky na dlouhodobý a stálý odběr. Odvoz odpadů živočišného původu bude zajišťovat externí firma Asavet, a. s., která účtuje 300 Kč za tunu. Ke stálým měsíčním platbám bude také patřit pořizování hygienických a desinfekčních prostředků v odhadované částce 8 000 Kč.

Do analýzy je potřebné zahrnout také mzdové náklady zaměstnavatele. Představují souhrn měsíčních hrubých mezd všech zaměstnanců a odvodu zdravotního a sociálního pojištění. Společníci jako podklad berou odhadovanou výši hrubých mezd v průměrné výši 337 000 korun, ke které bude připočteno třicet čtyři procent pojištění odváděné za zaměstnance ve výši 114 580. Celkové mzdové náklady zaměstnavatele budou celkem 451 580. Podnikatelům zaměstnávající minimálně jednoho zaměstnance ukládá zákon povinnost uzavřít si pojištění odpovědnosti zaměstnavatele, dojde-li při výkonu práce k úrazu nebo následkům způsobující nemoc z povolání. Společníci mají zjednodušen výběr, protože tento druh pojištění poskytuje v České republice pouze Kooperativa a Česká pojišťovna. Obě nabízejí totožné sazby pojištění a plnění. Pojištění se vypočítá jako součin hrubé mzdy a koeficientu 5,6 promile. Odvádí se každé čtvrtletí. Výše jednotlivých položek bude představovat 1926 korun. [17]

K nákladům budou také patřit výdaje za vodné a stočné, jejichž výše je v Plzni 47,80 a 28,6 Kč/m^3[20]. Z toho bude odvozena roční platba za 200 000 Kč. Společníci odhadují roční spotřebu elektrické energie potřebné k vytápění a provozu strojů ve výši 300 000 korun.

Mezi pravidelné fixní náklady lze zahrnout pronájem prostor, který bude činit šedesát tisíc korun. Prostory budou muset být vybaveny minimálně čtyřmi hasícími přístroji. Pro potravinářskou činnost se doporučují prášková a pěnová zařízení. Pořizovací cena bude čtyři tisíce korun. Jejich revize se provádějí jednou za tři roky v průměru za sto korun.

Bude potřebné také vydávat finanční prostředky na opravy a úpravy výrobních a prodejních prostor. V prvních letech podnikání se počítá s minimálními částkami vyčíslenými na 5 000 Kč měsíčně, z důvodu nového vybavení.

Jako pojízdná prodejna bude použit historický nákladní automobil, jehož náklady na provoz jsou odhadnuty na čtyřicet tisíc korun ročně. Bude vybaveno SPZ pro historická vozidla. Díky tomu odpadá povinnost platit silniční daň a povinné ručení. Ve vozovém parku bude jedno dodávkové chladírenské vozidlo s pohonem na zemní plny a E85, kvůli šetření nákladů na provoz a nulové silniční dani. Jednatelé budou k podnikání využívat osobní auto, které bude zařazeno do hmotného dlouhodobého majetku společnosti. Jedná se o vozidlo registrované v roce 2013, s objemem 3500 Ccm. Vozidla budou pořízena formou finančního leasingu. Jako provozovatel aut bude evidována společnost Trucidatio, s.r.o. Z tohoto titulu ji náleží povinnost platit silniční daň za osobní automobil ve výši 2 520 korun. V době trvání leasingu budou vozidla majetkem leasingové společnosti. Po uplynutí a splacení budou vozidla převedena do majetku společnosti.

8.3.1 Plán leasingových splátek

Podle obecné kalkulace se zadanými parametry byly vypočítány následující výše splátek:

Tab. č. 8: Leasingový plán chladírenského vozidla

Pořizovací cen	500 000 Kč
Akontace	20 %
První zvýšená splátka	100 000 Kč
Délka leasingu	60 měsíců
Zůstatková cena	1 000 Kč
Leasingová cena	549 000 Kč
Leasingový koeficient	1,1
Měsíční splátka	**7 483 Kč**

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Tab. č. 9: Leasingový plán osobního automobilu

Pořizovací cena	300 000 Kč
akontace	20 %
První zvýšená splátka	60 000 Kč
Délka leasingu	50 měsíců
Zůstatková cena	1 000 Kč
Leasingová cena	320 000 Kč

Leasingový koeficient	1,1
Měsíční splátka	**5 604 Kč**

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Jednotlivé leasingové splátky bude možné zahrnout do daňového základu při výpočtu daně. Budou splněny předepsané podmínky podle Zákona o dani z příjmů podle § 24:

- po ukončení leasingu budou vozidla zařazena do majetku nájemní firmy,
- doba nájmu bude trvat alespoň po dobu odepisování,
- po skončení doby nájmu bude následovat převod vlastnických práv k předmětu zájmu.

8.4 Analýza výnosů

Hlavním cílem společnosti bude dosažení takové výše zisku, aby byly uhrazeny veškeré náklady související s provozem a nedocházelo ke ztrátě. Výnosy ve společnosti budou tvořit tržby za prodané masné výrobky a uzeniny v prodejně, platby za poskytované služby a tržby z velkoobchodního prodeje.

Společníci předpokládají na základě průměrné poptávky počáteční denní tržby na prodejně za tradiční výrobky ve výši 30 000 korun při návštěvnosti. Odhad výnosů za výrobky z netradičních surovin je po založení společnosti lehce pesimistický. Očekávají se ve výši 12 500 korun.

Dalšími výnosy jsou tržby za velkoobchodní činnosti. Jejich objem závisí na potřebách odběratelů, kterými budou restaurace a školní jídelny. Společnici očekávají minimální denní odběry za 48 000 korun.

Nahodilými, avšak nezanedbatelnými, budou očekávané zisky na různých kulturních, gastronomických akcích a veletrzích.

Společnost si sestaví plán průměrných denních tržeb podle očekávané poptávky. V plánu bude zahrnuta také varianta při poklesu poptávky o 20 procent. Do kalkulace budou také na závěr zahrnuty tržby z různých akcí, jejichž výsledky jsou pouze orientační.

Tab. č. 10: Denní tržby společnosti

Úsek		Počet zákazníků	Útrata	Tržby	Pokles poptávky
Prodejna	Tradiční výrobky	150	200	30 000	24 000

	Nevšední výrobky	250	50	12 500	10 000
Velkoobchodní činnost		8	6000	48 000	32 000
Akce		200	80	16 000	-

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Z výsledků lze vyvodit, že očekávané počáteční denní tržby firmy by měly být ve výši 90 500 Kč. Následně týdenní tržby by měly představovat částku kolem půl milionu korun, ve kterém je zahrnuta snížená poptávka v šestý den, kdy je otevřena pouze prodejna. Prodejna bude mít v sobotu zkrácenou otevírací dobu Měsíční tržby společnosti vycházejí z následující úvahy:

současná poptávka 500 000 x 4 + 16 000 = 2 016 000 Kč.

Při této kalkulaci je počítáno s průměrnými týdenními tržbami ve výši půl milionu korun při současné míře poptávky. Z toho vyplývá, že velikost měsíčních tržeb v prodejně a z velkoobchodní činnosti by měla být 2 000 000 Kč. Do kalkulace je zahrnutá jedna účast na veřejných akcí, kde je předpokládaná tržba 16 000 Kč. V měsíčních prognózách se zohledňuje i případný pokles poptávky tržeb o 20 procent. Potom zamýšlená suma měsíčních výnosů má následující hodnotu:

pokles poptávky 400 000 x 4 + 16 000 = 1 616 000 Kč.

8.4.1 Zisk

Očekávanou výši ročního zisku před zdaněním společnosti budou představovat celkové výnosy, což bude suma tržeb, od které budou odečteny celkové náklady společnosti.

Tab. č. 11: Hrubý zisk při stálé poptávce

Pořadí	Druh	Částka
1.	Roční výnosy při stálé poptávce	24 192 000
2.	Náklady na pořízení materiálu	4 000 000
3.	Ostatní náklady související s výrobou	90 000
4.	Náklady na marketing	220 000
5.	Náklady za vedení účetnictví	125 000
6.	Provize za zpracování dotační dokumentace	80 000
7.	Mzdy	451 580

8.	Pojištění odpovědnosti zaměstnavatele	7 700
9 .	Voda, energie	500 000
10.	Nájem	720 000
11.	Silniční daň	2 520
12.	Leasingové splátky	156 000
13.	Pohonné hmoty	130 000
14.	Náklady celkem	6 482 800
15.	**Výnosy - Náklady**	**17 709 200**

Zdroj: vlastní zpracování , 2013

Tab. č. 12: Hrubý zisk při poklesu poptávky o 20%

Pořadí	**Druh**	**Částka**
1.	Roční výnosy při poklesu poptávky	19 392 000
2.	Náklady na pořízení materiálu	3 200 000
3.	Ostatní náklady související s výrobou	72 000
4.	Náklady na marketing	220 000
5.	Náklady za vedení účetnictví	125 000
6.	Provize za zpracování dotační dokumentace	80 000
7.	Mzdy	451 580
8.	Pojištění odpovědnosti zaměstnavatele	7 700
9.	Voda, energie	500 000
10.	Nájem	720 000
11.	Silniční daň	2 520
12.	Leasingové splátky	156 000
13.	Pohonné hmoty	110 000
14.	Náklady celkem	5 644 800
15.	**Výnosy - Náklady**	**13 747 200**

Zdroj: vlastní zpracování, 2013

Při optimistickém výhledu by společnost měla dosahovat průměrného hrubého ročního zisku necelých sedmnáct a tři čtvrtě milionu korun. Při náhlém poklesu poptávky o 20% po výrobcích, kdy by došlo k poklesu tržeb, při zachování stejné úrovně pouze fixních nákladů by byl generovaný hrubý zisk 13 747 200 Kč.

9 Zhodnocení realizace podnikatelského záměru a dalšího vývoje

Po vstupu na trh je nesmírně těžké pro každou společnost prosadit se v novém prostředí. Bude zapotřebí neustále sledovat měnící se poptávku. Na velikost zisku se značnou měrou bude podílet rozšiřující se okruh zákazníků. Dalším faktorem zajišťující úspěch by měla být i široká nabídka poskytovaných produktů a služeb, narozdíl od okolní konkurence v oboru.

Při založení podniku v tomto oboru je jednou z největších překážek kromě finanční náročnosti i splnění administrativních a hygienických požadavků. Zajištění financí bude vyřešeno v rámci nabízených podpor ze strany státu a Evropské unie. Společnost bude začínat s určitým počtem personálního obsazení, jehož počet se bude úměrně rozšiřovat podle rostoucí poptávky, zejména ve výrobním úseku. Reálné výsledky nákladů, výnosů, tržeb a bodu zvratu by mohly ve skutečnosti dosahovat příznivějších hodnot, protože plány byly tvořeny spíše z pesimistického pohledu.

V prvním roce podnikán se bude společnost zaměřovat na oslovení zákazníka a představení kvality svého sortimentu. Dále se bude snažit co nejvíce poznat konkrétní požadavky trhu a využít nedostatků konkurence a tím zamezit díry v nabídce trhu.

Další rozvoj je přirozeně závislý na velikosti dosahovaného zisku, který bude následně reinvestován zpět do podniku. Společnost chce v první řadě rozvíjet schopnosti a dovednosti svých zaměstnanců. Dalším krokem je rozšiřování výrobních řad a jejich neustálé zkvalitňování, což povede k oslovení dalších potencionálních zákazníků. Záměrem společnosti bude přesvědčit klienty o přednostech a zdravotních výhodách produktů z cizokrajinné zvěře a tím zvětšit nabídku na trhu masných výrobků. Snahou bude také rozvíjet velkoobchodní služby.

Společnost chce v budoucnu rozšiřovat svoji působnost o nové pobočky na území České republiky např. formou franchisingu. Chce mít z větší části automatizovanou výrobu a tím zredukovat časovou náročnost výroby.

10 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo popsat nezbytné kroky vedoucí k úspěšné realizaci konkrétního podnikatelského záměru. Práce je rozdělena na dva hlavní okruhy, na teoretický a praktický, jež jsou dále členěny na jednotlivé podkapitoly.

V první části práce byly definovány základní pojmy jako podnik, podnikání a podnikatel. Následně byly teoreticky popsány kroky a charakteristiky vedoucí k založení jednotlivých druhů společností a živnosti. Poslední část prvního okruhu je věnována definování a rozšíření vědomostí z oblasti rizik, barier a podpory podnikání.

Na základě nabytých poznatků je dále představeno založení firmy Trucidatio LiBitt, s. r. o. Oborem činnosti je výroba a prodej masných výrobků. Je podrobně popsán důvod výběru této právní formy, názvu a firemní vize. Velká pozornost byla věnována hledání způsobů financování, kdy valná část prostředků bude získána z dotačních fondů Evropské unie a z úvěrů komerčních bank za podpory státu. Dále byly analyzovány jednotlivé zákony a směrnice vymezující hygienické požadavky, potřebné k provozu.

Ze závěrů rozboru současné situace na trhu lze vyvodit zvýšenou poptávku po prodejnách tohoto typu. Cílem analýzy konkurence bylo především poznání distribuovaných výrobků a zjištění nedostatků v jejich nabídce a propagaci.

Výsledky těchto analýz byly podkladem k sestavení SWOT matice, kde jsou přesně vymezeny jednotlivé silné a slabé stránky, hrozby a příležitosti. Lze potom přesněji určit další způsob rozvoje a eliminovat možné negativní dopady na společnost.

Velká pozornost byla věnována tvorbě marketingového plánu, kde jsou zpracované jednotlivé položky marketingového mixu. Byla detailně popsána šíře nabízeného sortimentu, model tvorby prodejní ceny, včetně veškerých aspektů, které je potřebné zohlednit. V propagaci jsou představeny zamýšlené způsoby prezentace na veřejnosti, které jsou detailně rozebrány. Při výběru umístění prodejny a provozovny se vycházelo z několika předen jasně daných požadavků.

V plánu personálního zabezpečení je jasně specifikována organizační struktura. Jsou popsány jednotlivé pozice, včetně jejich pracovních náplní, nadřízené osoby a minimální počet pracovníků na jednotlivých úsecích. Dále je popsáno, jakým způsobem

a na základě čeho vznikne ve společnosti pracovní poměr. Jsou vymezeny způsoby odměňování, motivování a rozvíjení pracovních možností.

Ve finančním plánu byl představen zakladatelský rozpočet, z něhož je jasně vidět velká finanční náročnost na vybavení provozu. V analýze nákladů jsou popsány položky, které představují značný objem finančních prostředků. Analýzu výnosů lze brát pouze jako předběžnou, její konkrétní hodnoty lze přesně stanovit až po čase fungování.

V poslední části jsou představeny plánované formy dalšího rozvoje v budoucnu.

Z vyvozených závěrů provedených analýz lze předpokládat úspěšný vývoj společnosti, bude-li se držet svých stanovených cílů a neustále zkvalitňovat svoji nabídku.

Seznam zkratek

S.R.O.	společnost s ručením omezeným
V.O.S.	veřejná obchodní společnost
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
ČMZRB	Českomoravská záruční a rozvojová banka
atd.	a tak dále
apod.	a podobně
např.	například

Seznam tabulek

Tab. č. 1: Znaky podniku 10
Tab. č. 2: Bariéry vstupu na trh 19
Tab. č. 3: SWOT analýza společnosti 42
Tab. č. 4: Kalkulace personálních nákladů 47
Tab. č. 5: Vybavení výrobny, prodejny 49
Tab. č. 6: Ostatní počáteční výdaje 50
Tab. č. 7: Zahajovací rozvaha 51
Tab. č. 8: Leasingový plán chladírenského vozidla 54
Tab. č. 9: Leasingový plán osobního automobilu 54
Tab. č. 10: Denní tržby společnosti 55
Tab. č. 11: Hrubý zisk při stálé poptávce 56
Tab. č. 12: Hrubý zisk při poklesu poptávky o 20% 57

Seznam obrázků

Obr. č. 1: Kroky k sestavení podnikatelského záměru 22
Obr. č. 2: Marketingový mix 36

Seznam schémat

Schéma č. 1: Cenový kalkulační vzorec 38
Schéma č. 2: Základní organizační struktura 44

Seznam literatury

Knižní zdroje:

[1] VEBER, Jaromír a Eva KISLINGEROVÁ. *Podnikání malé a střední firmy: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 2. aktual. a rozšíř. vyd. Praha: Grada, 2008, 311 s., ISBN 978-80-247-2409-6

[2] SRPOVÁ, Jitka a Eva KISLINGEROVÁ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 427 s., ISBN 978-80-247-3339-5

[3] SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost*. 5. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010, 445 s., Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3

[4] KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2005, 252 s., Praxe podnikatele. ISBN 80-251-0592-X

[5] HINGSTON, Peter. *Začněte podnikat*. 1. vyd. Praha: Euromedia Group - Knižní klub, 2002, 192 s., ISBN 80-242-0838-5

[6] KORÁB, Vojtěch a Eva KISLINGEROVÁ. *Podnikatelský plán: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007, 216 s., Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-251-1605-0

[7] FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů.* 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 356 s., ISBN 80-247-0939-2

[8] KOCIÁNOVÁ, Renata. *Personální činnost a metody personální práce*. 1 vyd. Praha: Grada, 2010, 224 s., ISBN 978-80-247-2497-3

Intenetové zdroje

[9] Justice [online] [cit.2013-04-10] Dostupné na www: <http://portal.justice.cz/Justice2/Soud/soud.aspx?h=1&q=trucidatio>

[10] Podnikatel.cz [online] [cit.2012-06-21] Dostupné na www: <http://www.podnikatel.cz/clanky/nechce-vam-dat-banka-uver-vyuzijte-novych-statnich-zaruk-pro-male-firmy-a-osvc/>

[11] Dotační info [online] [cit.2011-05.24] Dostupné na www: <http://www.dotacni.info/program-inostart-podpora-zacinajicim-podnikatelum/>

[12] Hygienické požadavky na potravinářské provozy [online] [cit.2011-01-10] Dostupné na www: <http://www.ipodnikatel.cz/Bezpecnost-a-ochrana-zdravi-pri-praci/hygienicke-pozadavky-na-potravinarske-provozovny.html>

[13] Ponnath Řezničtí mistři [online] [cit.2013-04-10] Dostupné na www: <http://www.ponnath.de/cs/company/>

[14] Schneider [online] [cit.2013-04-10] Dostupné na www: <http://www.schneider-group.cz/o-spolecnosti>

[15] Pernarecké Maso-Uzeniny [online] [cit.2013-04-10] Dostupné na www: <http://www.puz.cz/?X=uvod>

[16] Procházka [online] [cit.2013-04-10] Dostupné na www: <http://www.prochazka.cz/mu/index.php?kat=pages&id_page=3>

[17] Hradíte řádně a včas zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele [online] [cit.2009-08-04] Dostupné na www: <http://www.podnikatel.cz/clanky/zakonne-pojisteni-odpovednosti-zamestnavatele/>

[18] Vše o s.r.o. [online] [cit.2013-04-15] Dostupné na www: <http://www.e-sro.cz/naklady-zalozeni-spolecnosti.htm>

[19] Obchodní společnosti – založení a vznik [online] [cit.2012-01-26] Dostupné na www <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/obchodni-spolecnosti-zalozeni-vznik-opu-4645.html#b22>

[20] Vodné a stočné se v Plzni zvýší [online] [cit.2012-11-29] Dostupné na www <http://www.plzen.eu/aktuality/vodne-a-stocne-se-v-plzni-pro-rok-2013-zvysi.aspx>

[21] Program Inostart [online] [cit.2012-09-10] Dostupné na www <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/program-inostart-21548.html>

Zákony

[22] Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění

[23] Zákon č. 455/1991 SB., o živnostenském podnikání, v aktuálním znění

[24] Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, v aktuálním znění

Seznam příloh

Příloha A: Pracovní smlouva

Příloha B: Dohoda o provedení práce

Příloha C: Ceník

Příloha D: Přiznání k dani z příjmu právnických osob

Příloha E: Přiznání k silniční dani

Příloha F: Návrhy interiéru prodejny

PŘÍLOHA A

Pracovní smlouva

Zaměstnavatel:

.....

Sídlem .....

IČ: .....

Zastoupená: .....

Funkce: .....

a

Zaměstnanec:

.....

r.č.: .....

Bytem: .....

uzavírají tuto

pracovní smlouvu:

Pracovní poměr vzniká dne .....na pozici .....

Místo výkonu práce je .....

Mzda za vykonanou práci je ....,-kč.

Pracovní poměr se sjednává na dobu neurčitou. Sjednává se zkušební doba, která činí 3 měsíce.

PŘÍLOHA B

DOHODA O PROVEDENÍ PRÁCE

uzavírá v souladu s par. 75 a následujícími zákoníku práce

Zaměstnavatel (firma): Trucidatio LiBitt, s. r. o.
Škroupova 1982/3, 301 00 Plzeň

a

Pan (paní):

Narozen:

Trvalé bydliště:

uzavírají tuto dohodu o provedení práce

1. Zaměstnanec se zavazuje, že na základě této dohody provede

Od: Do:

následující práci:

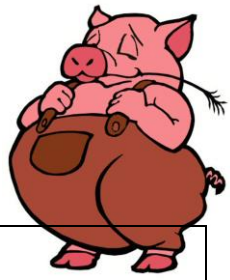
2. Práce bude vykonána osobně
3. Sjednanou práci provede zaměstnanec svědomitě, řádně a hosporádně podle sjednaných podmínek a v souladu s předpisy vztahujícími se na její výkon. Práce musí být provedena ve sjednané lhůtě, jinak může organizace od dohody ustoupit. Zaměstnanec může od dohody ustoupit, nemůže-li práci provést proto, že mu organizace nevytvořila sjednané podmínky. Organizace je v tomto případě povinna nahradit zaměstnanci škodu, která mu tím vznikla.
4. Za řádně provedenou práci odpovídá sjednaným podmínkám vyplatí organizace zaměstnanci odměnu ve výši:
5. Práci za organizaci převezme:
6. Další ujednání dohody:

7. Ostatní práva a povinnosti zaměstnance i organizace vyplývající z této dohody (např. vzniklé škody, hmotná zodpovědnost, náhrady atd.) jsou upraveny zákoníkem práce.

Zaměstnanci i organizace souhlasí s uzavřením dohody za výše uvedených podmínek.

Místo: Dne:

Podpis zaměstnance Podpis a razítko zaměstnavatele

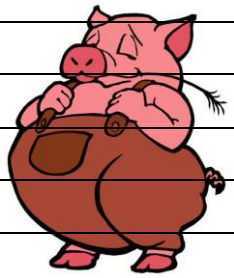


PŘÍLOHA C

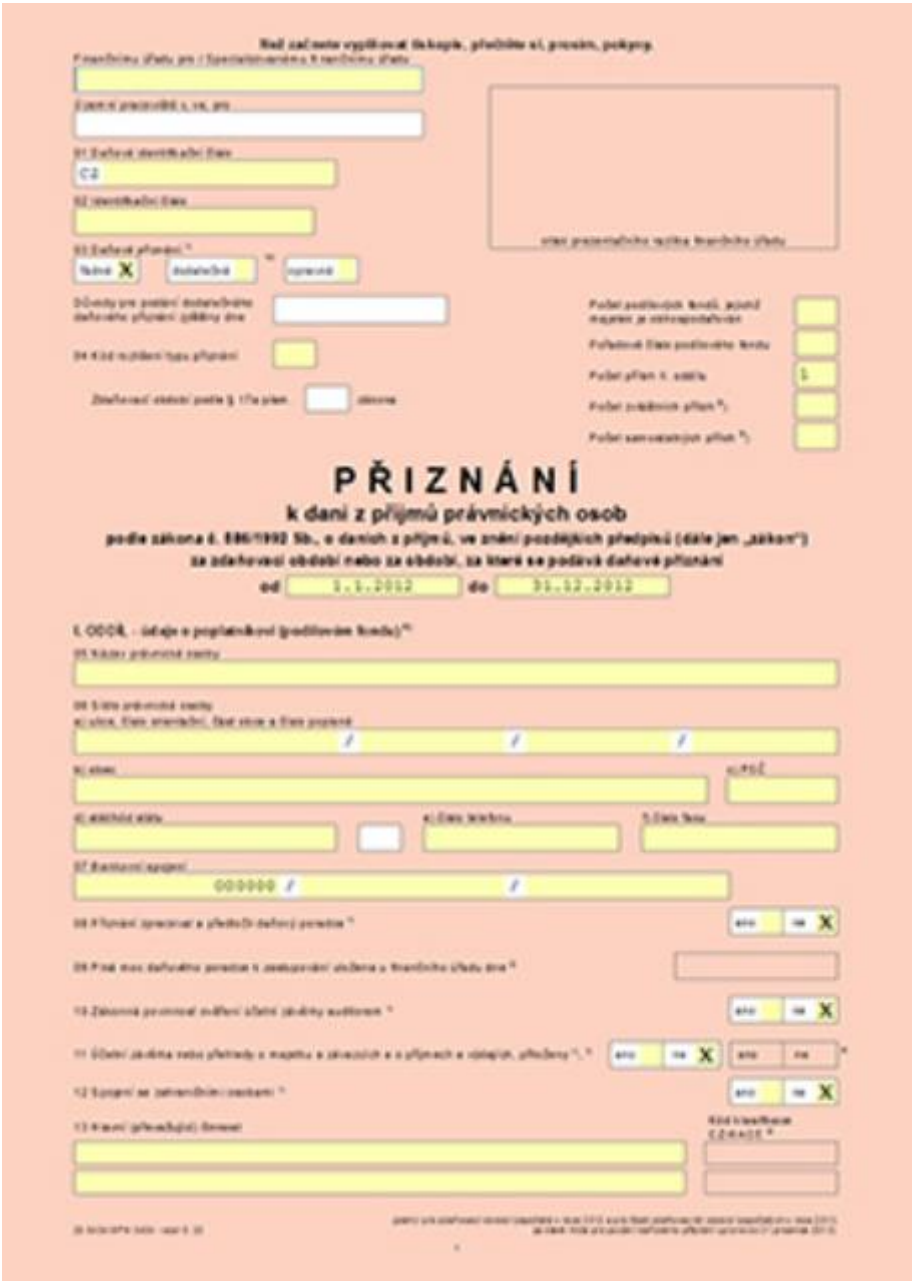
HOVĚZÍ MASO	
hovězí zadní bez kosti	180,-
hovězí oháňka	70,-
hovězí roštěná	228,-
hovězí přední krk bez kosti	130,-
hovězí kližka	143,-
hovězí bok s kostí (na polévku)	90,-
hovězí svíčková k.u.	495,-
hovězí játra	20,-
hovězí dršťka	60,-
VEPŘOVÉ MASO	
vepřový bok s kostí	70,-
vepřová kýta bez kosti	103,-
vepřová kýta s kostí	112,-
vepřová plec bez kosti	100,-
vepřová krkovice bez kosti	123,-
vepřová krkovice s kostí	124,-
vepřová pečeně bez kosti	118,-
vepřová pečeně s kostí	115,-
vepřová panenka	193,-
vepřové koleno	55,-
vepřový jazyk, srdce	56,-
vepřová játra	56,-
vepřová hlava s lalokem	31,-
vepřový žaludek	35,-
vepřová křížová kost	55,-
vepřová půlka	63,-
špek	55,-
UZENINY	
spišské párky	110,-
liberecké párky silné	73,-
sýrové párky	73,-
cigára	105,-
špekáčky	75,-

špekáčky vázané	90,-
česneková klobása	115,-
šunková klobása	115,-
moravská klobása	115,-
studenecká klobása	115,-
ostravská klobása	115,-
grilovací klobása	115,-
klobása bílá slabá	88,-
klobása bílá silná	73,-
utopenec velký	255,-
český salám	74,-
gothaj	73,-
točený salám	74,-
česnekový salám	108,-
kmínový salám	76,-
šunkový salám	130,-
šunka	175,-
polosuchý salám	105,-
vysočina	140,-
turista	140,-
anglická	105,-
uzená krkovice bez kosti	150,-
uzená pečeně bez kosti	161,-
uzená kýta s kostí	125,-
uzená kýta bez kosti	150,-
uzený bok s kostí	91,-
uzená žebra bok - plochá	62,-
uzená žebra	29,-
uzená špička	66,-
uzená křížová kost	55,-
uzený jazyk	85,-
uzené koleno	64,-
OSTATNÍ	
prdelačka	70,-
dršťková polévka	80,-

gulášová polévka	80,-
prejt	50,-
jitrnice	60,-
tlačenka libová	95,-
pikantní roláda	121,-
mleté maso	75,-
sekaná	80,-
sádlo vaničky (500g)	30,-
škvařené sádlo	46,-
vepřové sádlo	46,-
játrová zavářka	52,-
játrová paštika	88,-
marinovaná pečeně	135,-
marinovaná krkovice	135,-



PŘÍLOHA D



PŘIZNÁNÍ

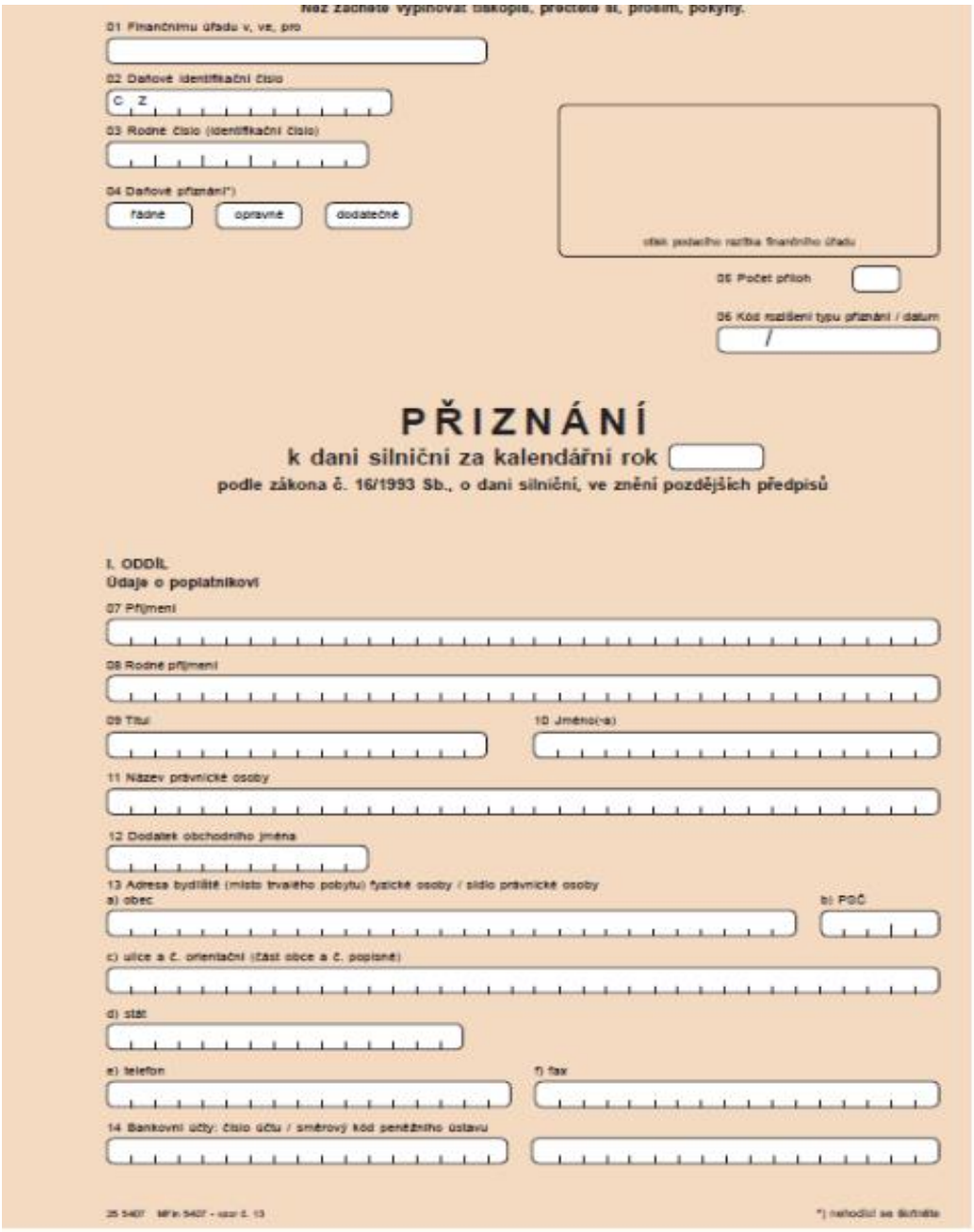
k dani z příjmů právnických osob

podle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon")
za zdaňovací období nebo za období, za které se podává daňové přiznání

od 1.1.2012 **do** 31.12.2012

I. ODDÍL – údaje o poplatníkovi (podílovém fondu)*)

PŘÍLOHA E



Než začnete vyplňovat tiskopis, přečtěte si, prosím, pokyny.

01 Finančnímu úřadu v, ve, pro

02 Daňové identifikační číslo

C Z

03 Rodné číslo (identifikační číslo)

04 Daňové přiznání*)

řádné | opravné | dodatečné

otisk podacího razítka finančního úřadu

05 Počet příloh

06 Kód rozlišení typu přiznání / datum

/

PŘIZNÁNÍ

k dani silniční za kalendářní rok

podle zákona č. 16/1993 Sb., o dani silniční, ve znění pozdějších předpisů

I. ODDÍL

Údaje o poplatníkovi

07 Příjmení

08 Rodné příjmení

09 Titul

10 Jméno(-a)

11 Název právnické osoby

12 Dodatek obchodního jména

13 Adresa bydliště (místo trvalého pobytu) fyzické osoby / sídlo právnické osoby

a) obec

b) PSČ

c) ulice a č. orientační (část obce a č. popisné)

d) stát

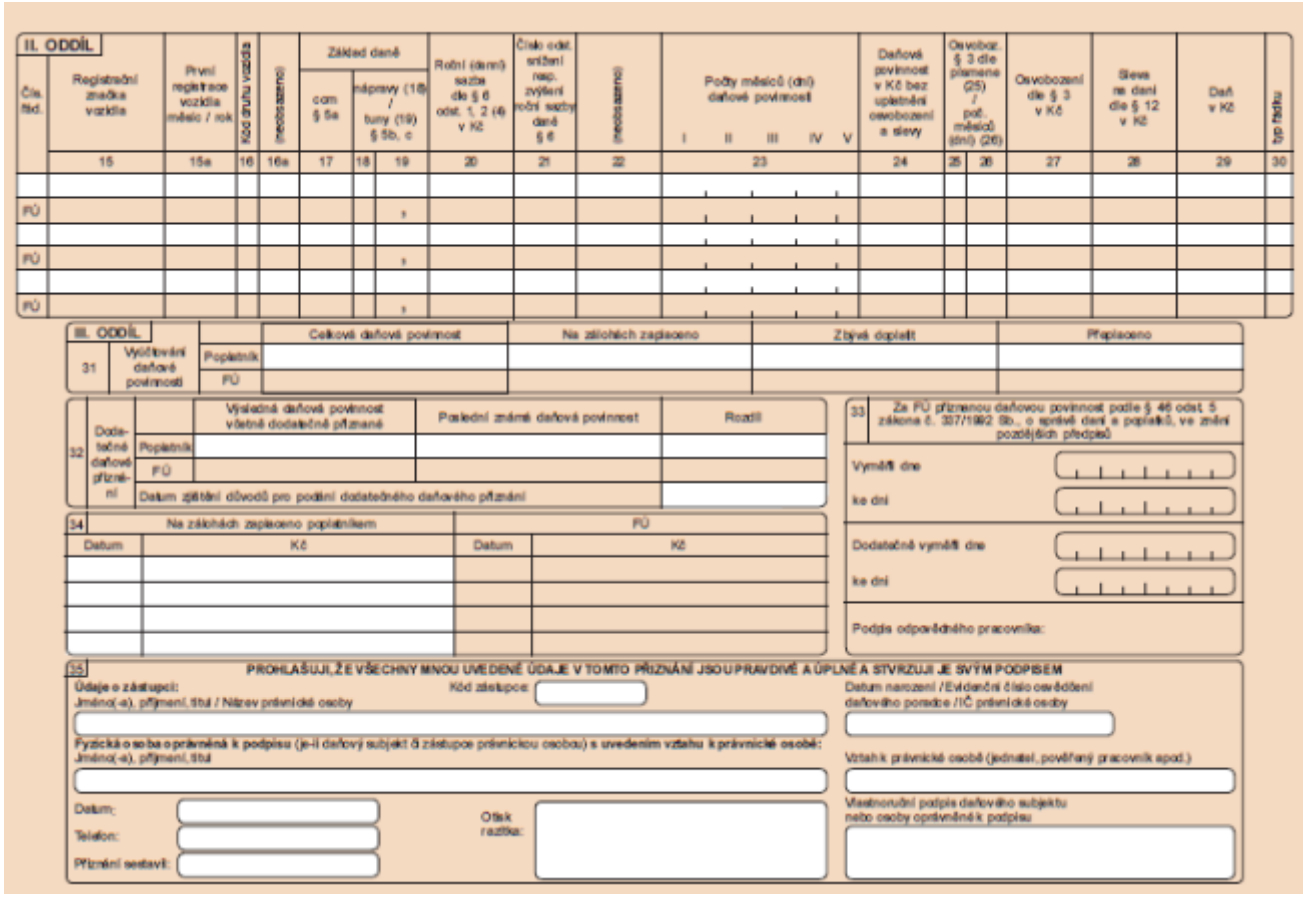
e) telefon

f) fax

14 Bankovní účty: číslo účtu / směrový kód peněžního ústavu

25 5407 MFin 5407 - vzor č. 13

*) nehodící se škrtněte



II. ODDÍL

Čís. řád.	Registrační značka vozidla	První registrace vozidla měsíc / rok	Kód druhu vozidla	(nepovinné)	Základ daně: celní § 5a	Základ daně: nápravy (18) / tuny (19) § 5b, c	Roční (denní) sazba dle § 6 odst. 1, 2 (4) v Kč	Číslo odst. snížení nep. zvýšení roční sazby daně § 6	(nepovinné)	Počty měsíců (dní) daňové povinnosti I II III IV V	Daňová povinnost v Kč bez uplatnění osvobození a slev	Osvoboz. § 3 dle přílohy (25) / poč. měsíců (dní) (26)		Osvobození dle § 3 v Kč	Sleva na dani dle § 12 v Kč	Daň v Kč	typ řádku
	15	15a	16	16a	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
PÚ							,											
PÚ							,											
PÚ							,											

III. ODDÍL

31 Vyúčtování daňové povinnosti

	Celková daňová povinnost	Na zálohách zaplaceno	Zbývá doplatit	Přeplaceno
Poplatník				
PÚ				

32 Dodatečné daňové přiznání

	Výsledná daňová povinnost včetně dodatečně přiznané	Poslední známá daňová povinnost	Rozdíl
Poplatník			
PÚ			
Datum zjištění důvodů pro podání dodatečného daňového přiznání			

33 Že PÚ přiznanou daňovou povinnost podle § 46 odst. 5 zákona č. 337/1992 Sb., o správě daní a poplatků, ve znění pozdějších předpisů

Vyměřil dne

ke dni

Dodatečně vyměřil dne

ke dni

Podpis odpovědného pracovníka:

34

Na zálohách zaplaceno poplatníkem		PÚ	
Datum	Kč	Datum	Kč

35 **PROHLAŠUJI, ŽE VŠECHNY MNOU UVEDENÉ ÚDAJE V TOMTO PŘIZNÁNÍ JSOU PRAVDIVÉ A ÚPLNÉ A STVRZUJI JE SVÝM PODPISEM**

Údaje o zástupci: Kód zástupce:

Jméno(-a), příjmení, titul / Název právnické osoby

Fyzická osoba oprávněná k podpisu (je-li daňový subjekt či zástupce právnickou osobou) **s uvedením vztahu k právnické osobě:**

Jméno(-a), příjmení, titul

Datum:

Telefon:

Přiznání sestavil:

Otisk razítka:

Datum narození / Evidenční číslo osvědčení daňového poradce / IČ právnické osoby

Vztah k právnické osobě (jednatel, pověřený pracovník apod.)

Vlastnoruční podpis daňového subjektu nebo osoby oprávněné k podpisu

PŘÍLOHA F

FESCHU
BARO

ABSTRAKT

BITTNER, L. *Vznik podnikatelského subjektu na základě realizace konkrétního podnikatelského záměru*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 65 s., 2013

Klíčová slova: podnikání, podnikatelský subjekt, podnikatelský plán, zakladatelský rozpočet

Bakalářská práce je zaměřena na vznik konkrétního podnikatelského subjektu. V první části jsou vymezeny základní pojmy, rozebrány jednotlivé právní formy podnikání. Dále jsou zde popsány důvody podnikání a s tím související překážky. V hlavní části se práce věnuje otázkám související se založením společnosti Trucidatio LiBitt, s. r. o. Jsou zde odůvodněny jednotlivé kroky volby právní formy podnikání, názvu, vizí a cílů. Další část je zaměřena na otázky související s financováním podniku, vymezuje základní hygienická nařízení a sumarizuje výsledky analýzy vnitřního a vnějšího prostředí a s tím související SWOT analýzu. V bakalářské práci je představen je personální a finanční plán. Na závěr těchto analýz a plánů je zhodnocen potenciál úspěchu společnosti na trhu, včetně jeho budoucí perspektivy.

ABSTRACT

BITTNER, L. *The emergence of a business entity by implementing specific business plan.* Bachelor work. Pilsen: Faculty of Economics, University of west Bohemia in Pilsen, 65 p., 2013

Key words: business, business entity, business plan, founding budget

The thesis si focused on the creation of a specific business entity. In the first part are the basic concepsts, discussed various options of legal forms business. There are also described as business reasons related obstacles. The main part of the work deals with issues related to the establishment of Trucidatio LiBitt, Ltd. There are justified the steps to choose the legal form, name, vision and goals. Another section focuses on issues related to the financing of the company, defines basic hygiene regulations and summarizes the results of the analysis of internal and external environment and related SWOT analysis. The work is presented is a personal and financial plan. At the conclusion of these analyzes and plans is the potential of the company's success in the market, including its future prospects.