

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC
Ústav managementu a marketingu

Šárka Seifertová

Podnikatelský záměr
Stylový hostinec včetně turistické ubytovny a pálenice Loštice

Bakalářská práce

Vedoucí práce: RNDr. Ing. Miroslav Rössler, CSc., MBA

Třeština 2009

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a použila jen uvedené informační zdroje.

Třeština 15.03.2009

Děkuji RNDr. Ing. Miroslav Rössler, CSc., MBA, za odborné vedení bakalářské práce a cenné rady při zpracování.

OBSAH

ÚVOD	6
1 CHARAKTERISTIKA PODNIKU	7
1.1 Založení podniku	7
1.2 Předmět podnikání	8
1.3 Sídlo podniku a provozovna	9
1.4 Cíl podnikání	10
2 CÍLOVÝ TRH	11
2.1 Vymezení cílového trhu, charakteristika	11
2.2 Segmentace trhu, cílová skupina zákazníků	13
3 ANALÝZA EXTERNÍCH FAKTORŮ	14
3.1 PEST analýza	14
3.1.1 Politicko – právní faktory	14
3.1.2 Ekonomické faktory	15
3.1.3 Sociální faktory	16
3.1.4 Technicko – technologické faktory	17
3.2 Analýza trhu	18
3.3 Analýza konkurence	21
4 SWOT ANALÝZA	25
4.1 Silné stránky	25
4.2 Slabé stránky	26
4.3 Hrozby	26
4.4 Příležitosti	27
5 AUDIT ZDROJŮ	28
5.1 Finanční zdroje	28
5.2 Hmotné zdroje	28
5.3 Lidské zdroje	29
5.4 Nehmotné zdroje	29
6 MARKETINGOVÝ PLÁN	30

6.1	Marketingový mix	31
6.1.1	Produkt	31
6.1.2	Cena	32
6.1.3	Distribuce	33
6.1.4	Propagace	34
7	OPERAČNÍ PLÁN	36
8	FINANČNÍ PLÁN	37
8.1	Analýza rizik podniku	38
8.2.	Finanční plán podniku	40
9	ANALÝZA ZJIŠTĚNÍ	43
	ZÁVĚR	44
	ANOTACE	45
	LITERATURA A PRAMENY	46
	SEZNAM ZKRATEK	48
	SEZNAM TABULEK	49
	SEZNAM PŘÍLOH	50
	PŘÍLOHY	51

ÚVOD

Podnikatelský plán je základním pilířem každého podnikání a to ve všech jeho etapách vývoje, popisuje klíčové vnější i vnitřní faktory související se založením a chodem podniku, srovnává plánovaný záměr s realitou, je důležitým dokumentem pro zahájení každého podnikání, hraje nezastupitelnou roli v průběhu realizace podnikatelského záměru a v neposlední řadě je nutné z něj vycházet i při poklesu produkce nebo prodeji podniku.

Na počátku každého podnikatelského plánu je nutné zhodnotit výchozí situaci podniku, kde se podnik v daném čase právě nachází, jaké jsou jeho výhody a slabiny, jaké je jeho postavení na trhu, jaké jsou jeho finanční, hmotné, nehmotné a lidské zdroje, jak velká je konkurence v dané oblasti produkce a jaký je jeho tržní podíl, zda je reálné prosadit se na trhu, obsadit nové trhy nebo zvýšit tržní podíl v dané oblasti produkce atd.. Každý krok plánovacího procesu musí být dobře zvážen, je nutné provést jeho systematickou a detailní analýzu, aby podnik dokázal přijmout správné rozhodnutí.

Zhodnocení situace a postavení podniku v tržním prostředí otevírá prostor pro další kroky v procesu plánování, podnikatelský plán hledá odpověď na otázku kam se chce podnik dále posunout a jak chce svých cílů dosáhnout, přičemž každý podnikatelský plán musí vždy zvažovat varianty možných řešení, je na zvážení každého podniku jaké prostředky pro dosažení svých cílů zvolí, zda půjde cestou kratší, rychlejší, nicméně s daleko větším rizikem nebo cestou delší, pomalejší, ale o to bezpečnější. Kvalitní podnikatelský plán neváhá měnit své plány podle vývoje situace, tak, aby využil příležitosti na trhu a dokázal odvrátit případné hrozby, proto v rámci plánovacího procesu neustále zvažuje různé alternativy možných řešení a hledá nejvhodnější cestu pro splnění stanovených cílů.

V případě, že se plán liší od reality je nutné identifikovat, kde se liší, v jakém rozsahu a proč. Pokud dojde k poklesu plánovaných hodnot je třeba zanalyzovat a vyhodnotit rizikové faktory a okamžitě rozhodnout o nápravných opatřeních, které povedou ke stabilizaci situace. V případě, že dojde k nárůstu plánovaných hodnot je nutné prověřit, zda se objevily nové příležitosti na trhu a jak tyto příležitosti efektivně využít.

1 CHARAKTERISTIKA PODNIKU

Forma podniku vybrána z důvodu omezeného ručení za závazky společnosti, relativně nízké hodnoty minimálního základního jmění, snadného zvyšování základního kapitálu a z důvodu vyšší dostupnosti získávání finančních prostředků k provozu podnikání. Společnost s ručením omezeným, založena společenskou smlouvou (viz. příl. 1, s. 50) podepsanou všemi společníky formou notářského zápisu, zapsaná do OR. Zápis se provede na základě formuláře pro zápis s.r.o. do OR (viz. příl. 2, s. 54) a povinných příloh (viz. příl. 3, s. 60). Právní vztahy spol. s r.o. jako založení společnosti, základní kapitál, práva a povinnosti společníků, orgány společnosti, postup při změně společenské smlouvy a postup při zrušení společnosti řeší obchodní zákoník v jeho platném znění¹.

1.1 Založení podniku

Název a právní forma :	JMS, společnost s ručením omezeným	
Sídlo firmy :	Vejmoly č.p. 419, 789 83 Loštice	
Základní kapitál :	300 000 Kč	
Statutární orgán :	valná hromada, jednatelé	
Společník	Majetkový podíl	Odpovědnost
jednatel Šárka Seifertová	1/3	ekonomika
jednatel Jiří Bálek	1/3	logistika
jednatel Miroslav Havelka	1/3	marketing

Právo jednat jménem společnosti vymezeno v uzavřené společenské smlouvě (viz. příl. 1, s. 50). Jednatelé společnosti jsou ke společnosti v pracovně právním vztahu se všemi právy a povinnostmi z tohoto vztahu vyplývajícími. Každý ze společníků má právo na podíl 1/3 vytvořeného a rozděleného zisku schváleného VH spol. s .r.o.. Podíl na zisku je pro společníka příjmem z kapitálového majetku a podléhá 15% srážkové dani z příjmu. Společnost je účetní jednotkou účtující v soustavě PÚ dle

¹ Srov. Společnost s ručením omezeným, *Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník*, § 105 - § 153e

zákona o účetnictví² a účtuje ve smyslu platné vyhlášky³ a českých účetních standardů pro podnikatele⁴. Společnost je poplatníkem DPP⁵ a osobou povinnou k DPH⁶ a silniční dani⁷. Vzhledem k povaze předmětu podnikání je společnost plátcem spotřební daně⁸.

1.2 Předmět podnikání

Předmět činnosti společnosti JMS, spol. s r.o. :

- hostinská činnost – živnost ohlašovací řemeslná
- ubytovací služby, pěstitelské pálení, pronájem a půjčování věcí movitých – živnosti ohlašovací volné

Předmět podnikatelské činnosti musí být uveden ve společenské smlouvě spol s r.o. a založená PO musí mít na veškerou podnikatelskou činnost potřebná oprávnění k podnikání.⁹ Získání ŽO na provoz živnosti ohlašovací řemeslné vyžaduje prokázání odborné způsobilosti, proto musí mít PO na provoz ohlašovací řemeslné živnosti odpovědného zástupce. Provozování volné živnosti je podmíněno pouze ohlášením.¹⁰

Ohlášení ohlašovacích živností u PO se provádí prostřednictvím formuláře „Jednotný registrační formulář pro ohlášení živnostenských oprávnění právnické osoby“ (viz. příl. 4, s. 64) včetně povinných příloh¹¹. Ohlášení živnosti provádí PO na místě příslušném ŽÚ, tím je zpravidla živnostenský odbor na obecním úřadě obce s rozšířenou působností. V případě formálních nedostatků ohlášení vyzve živnostenský úřad PO, aby do 15-ti dnů odstranila chyby. ŽÚ je povinen vystavit ŽL do 15 dnů od správného ohlášení.

² Srov. Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, s. 315 – 332

³ Srov. Vyhláška č. 500/2002 Sb, s. 333 – 360

⁴ Srov. České účetní standardy pro účetní jednotky, které účtují podle vyhlášky č. 500/2002 Sb., s. 361 – 412

⁵ Srov. Daň z příjmu právnických osob, Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, § 17 - § 21

⁶ Srov. Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, s. 154 - 212

⁷ Srov. Zákon č. 16/1993 Sb., o silniční dani, s. 213 - 218

⁸ Srov. Zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních, s. 220 - 287

⁹ Srov. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, s. 549 - 614

¹⁰ Tamtéž

¹¹ Tamtéž

1.3 Sídlo podniku a provozovna

PO musí mít určeno své sídlo, sídlem PO je adresa, kde PO skutečně sídlí, tedy místo, kde je umístěna její správa a kde se veřejnost může s PO stýkat.¹² Je zcela na uvážení PO, jaké sídlo uvede. Sídlem JMS, spol. s r.o. byla z technických důvodů stanovena adresa TP společníka, po realizaci projektu výstavby provozovny bude sídlo společnosti změněno na adresu provozovny.

Provozovna je prostor, v němž se podnikatelská činnost uskutečňuje, kde jsou fakticky vykonávány její hlavní postupy a úkony, nemusí být totožná se sídlem podniku. Vzhledem k tomu, že provozovnou je místo, kde se příslušná živnost provozuje musí odpovídat požadavkům dle zvláštních předpisů, zejména stavebních, hygienických, protipožárních, ekologických a bezpečnostních. Odpovědnost za způsobilost provozovny nese v plném rozsahu PO, která je povinna způsobilost provozovny prokazovat kontrolním orgánům, musí ustanovit osobu odpovědnou za činnost provozovny, zajistit řádné označení provozovny a to trvale a viditelně zvenčí obchodním názvem a IČ. U provozoven určených pro prodej zboží či poskytování služeb spotřebitelům musí být uvedena na dveřích vchodu do provozovny nebo na jiném vhodném a trvale viditelném místě informace o provozní době určené pro styk se spotřebiteli, kromě toho musí být tato provozovna označena také jménem a příjmením osoby odpovědné za činnost provozovny a dále kategorií a třídou u ubytovacího zařízení poskytujícího přechodné ubytování.¹³ V případě JMS, spol. s r.o. je za činnost provozovny odpovědný pan Jiří Bálek.

Záměrem společnosti je podnikat ve vlastních prostorách. Kupní cena pozemku včetně výstavby provozovny JMS, spol. s r.o. je součástí finančního plánu společnosti, financování řešeno získáním finanční podpory z Regionálního operačního programu regionu soudržnosti Střední Morava a přijetím dlouhodobého investičního úvěru. Pro účely výstavby vytipována vhodná lokalita v obci Loštice, prověřen soulad s územním plánem obce pro plánovanou výstavbu, uzavřena smlouva o budoucí kupní smlouvě s Městem Loštice o prodeji pozemku. Pozemek napojen na potřebnou technickou infrastrukturu – voda, el. energie, plyn, hloubková kanalizace, telekomunikace,

¹² Srov. Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, § 19c

¹³ Srov. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, § 17

zpracována urbanistická studie řešení nebytových prostor k podnikání včetně výběru vhodné technologie výstavby (viz. příl. 5, s. 66).

1.4 Cíl podnikání

Cílem podnikání JMS, spol. s r.o. je vytvoření prosperujícího podniku, který bude společníkům přinášet stabilní a dlouhodobý zisk a současně umožní jeho další rozvoj a modernizaci. Hrubý obrat podniku musí v běžném účetním období krýt měsíční splátky úvěru čerpaného při zahájení podnikání, fixní i variabilní náklady a platy zaměstnanců. Současně je snahou podniku neustále zvyšovat kvalitu a rozmanitost nabízených služeb. Podnikatelský záměr spol. s r.o. vychází z nedostatečné nabídky trhu v oblasti služeb a cestovního ruchu, záměrem projektu je především zajištění celoročního provozu zařízení, proto byl projekt postaven na několika nezávislých činnostech, které se vzájemně doplňují. Zařízení bude provozováno jako plně nekuřácké vhodné zejména pro rodiny s dětmi. Ubytovací zařízení bude vzhledem k charakteru regionu využíváno především od dubna do září, proto bylo doplněno stylovým hostincem bez přípravy teplých pokrmů, pohostinství bude pouze nabízet různé chuťovky, přičemž využije potenciálu výroby místní speciality loštické tvarůžky. Pohostinství bude zajišťovat celoroční provoz včetně venkovní terasy v letních měsících a bude určeno pro ubytované, návštěvníky regionu i místní obyvatele, z tohoto důvodu bude u zařízení vybudováno hřiště na plážový volejbal, dětský koutek, stolní tenis, kulečnický, půjčovna trekingových kol a in-line bruslí. Součástí nabídky bude přístup na internet včetně veškerých dostupných informací o regionu, historických, kulturních a přírodních zajímavostech, turistických trasách, cyklotrasách, možnostech in-line bruslení, koupání, kulturních a společenských akcích atd.. Úkolem doplňkových služeb je zvýšení zájmu potenciálních zákazníků o nabízené služby. Od podzimu bude ztráta příjmů z ubytování a snížené návštěvnosti pohostinství kompenzována příjmy z pěstitelského pálení, kdy zákazníci budou mít v době čekání na zpracování kvasu možnost využít jak ubytovací zařízení tak pohostinství. Podnikání společnosti bude založeno na maximalizaci zisku a minimalizaci nákladů, přičemž bude využívat prvky facility managementu a to jak při provozu zařízení tak při realizaci projektu výstavby provozovny.

2 CÍLOVÝ TRH

Pro vymezení cílového trhu je třeba provést důkladnou analýzu trhu. Získané informace, které musí být komplexní a přesné, zvyšují konkurenceschopnost podniku. V první řadě je třeba definovat trh, na kterém podnikáme a dále provést segmentaci trhu, zjistit velikost trhu, vymezení trhu, potřeby trhu. V rámci segmentace trhu je nutné zpracovat geografickou a demografickou analýzu včetně zpracování psychologického profilu zákazníka. V případě spol. s r.o. půjde o vstup podniku na současný trh, kdy potřeby zákazníků jsou uspokojovány již existujícími dodavateli a to trh služeb v cestovním ruchu doplněný výrobou ovocného destilátu pro domácnosti.

2.1 Vymezení cílového trhu, charakteristika

Geografické vymezení trhu - Město Loštice se nachází v Olomouckém kraji, ve středu Mikroregionu Mohelnicko, leží v jižní části okresu Šumperk, na severním okraji Hané a tvoří širokou bránu do Jeseníku (viz. příl. 6, s. 68). Jedná se o území rovinaté, směrem na západ mírně zvlňené, avšak členitost regionu jako celku je vysoká, což společně s vysokým podílem zalesnění vytváří zajímavé podmínky pro pěší turistiku, agroturistiku, hippoterapie, in-line bruslení a cykloturistiku. Průměrná nadmořská výška je 330 m. n. m. S ohledem na klimatické a půdní podmínky lze region označit za zemědělskou oblast, jeho středem protéká řeka Morava, při jejímž toku vznikla těžbou štěrkopísku dvě přírodní jezera, je zde zastoupena řada vodních sportů a sportovní rybolov. Z ekonomického hlediska je možné považovat region za zemědělsko – průmyslový. Velká průmyslová výroba je soustředěna v Mohelnici a Lošticích. Motto mikroregionu Mohelnicko: „Mezi třemi hrady – kraj tvarůžků a jablek“ vystihuje polohu mikroregionu, který se nachází mezi turisticky velmi navštěvovaným hradem Bouzov, loveckým zámek Úsov a v neposlední řadě také hradem Mírov, státní věznicí ČR, tvořící nádhernou dominantu nad Mohelnickou brázdou. V regionu se dále nachází Mladečské a Javoříčské jeskyně a arboretum Bílá Lhota. Region zasahuje katastrům obce Moravičany do území CHKO Litovelské Pomoraví vzdálené od Loštic

pouhé 3 km, ve městě se nachází koupaliště, sportovní areál a tenisové kurty. Ve 4 km vzdálené Mohelnici pak krytý plavecký bazén, bowling, kuželna a squash. Z hlediska členění území ČR do přirozených turistických regionů (PTR) a oblastí zpracovaného agenturou Czech Tourism patří předmětné území do dvou přirozených turistických regionů: Střední Morava a Severní Morava a Slezsko. Loštice vyrábí známou specialitu olomoucký tvarůžek.¹⁴

Demografické vymezení trhu - Mikroregion se rozkládá na území o rozloze 17.907,57 ha s hustotou 97,8 obyv./km². V 13 obcích mikroregionu žije 17,5 tisíce obyvatel. Obec Loštice má 3 tisíce obyvatel, místní část Žadlovice, rozloha katastru 1.199,93 ha, hustota obyvatel na km² 257,9.

- Věková struktura obyvatel MM věk 0-14 3.313,00 obyvatel, věk 15-59 12.346,00 obyvatel a věk 60 a víc 3 166.
- Vzdělanostní struktura MM bez vzdělání 49 osob, základní vzdělání 4.273,00 osob, vyučení, odborné bez maturity 6.397,00 osob, úplné střední, maturita 3.529,00 osob, vyšší odborné, nástavba 364 osob, vysokoškolské 792 osob a nezjištěno 108 osob.
- Národnostní složení MM národnost česká 16.293,00 osob, moravská 1.272,00 osob, slezská 4 osob, slovenská 169 osob, romská 9 osob, polská 10 osob, německá 33 osob, jiné 37 osob.¹⁵

Celkový počet ekonomicky aktivních obyvatel Mikroregionu Mohelnicko dle provedeného sčítání lidu 9.931,00 obyvatel. K 30. 9. 2008 byla míra nezaměstnanosti v okrese Šumperk 6,7 %¹⁶. Nejvíce ekonomicky aktivních obyvatel je ve městě Mohelnice a Loštice. Míra nezaměstnanosti má na Mohelnicku, stejně jako v okrese Šumperk, na území Olomouckého kraje i celé ČR, v posledních letech klesající tendenci, je předpoklad, že tento trend se od III.Q.2008 v důsledku světové finanční krize začne postupně měnit. Ve srovnání s okresem Šumperk a Olomouckým krajem je míra nezaměstnanosti na Mohelnicku dlouhodobě nižší. Srovnáme-li ji však s celorepublikovým průměrem, je toto procento stále vyšší. Olomoucký kraj trvale

¹⁴ Srov. SVAZEK OBCÍ MIKROREGIONU MOHELNICKO, CENTRUM PRO KOMUNITNÍ PRÁCI STŘEDNÍ MORAVA, *Situační analýza Strategie Mikroregionu Mohelnicko*, s. 4 – 44

¹⁵ Srov. Tamtéž

¹⁶ Srov. DUHÁŇ, Š., *Statistika nezaměstnanosti [online]*, <<http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/mes>>

zaujímá jedno z posledních míst ve výši průměrného platu. V roce 2007 si lidé v Olomouckém kraji podle ČSÚ vydělali v průměru 22.282,00 Kč¹⁷.

Psychologické vymezení trhu – vychází z venkovského prostředí, kde domácí pálení ovocného destilátu má dlouholetou tradici stejně jako odpolední posezení s přáteli nad sklenkou piva či dobrého vína, současně s tímto dlouhodobým trendem, začíná trh ovlivňovat změna životního stylu, zdraví a aktivní přístup k životu, hledání vlastních kořenů a návrat k přírodě a to zejména u mladých rodin, kteří tímto způsobem hledají únik z náročného a stresového prostředí 21. století. Mladá generace, která nezažila ekonomické strádání má tendenci si život užívat, současný trend je žít přítomností nikoli zaobírat se myšlenkami na budoucnost, proto je značná poptávka po službách spojených s volno časovými aktivitami obyvatelstva a lidé mají sklony více utrácet.

2.2 Segmentace trhu, cílová skupina zákazníků

Z pohledu marketingu je trh tvořen zákazníky. Zákazníci se liší ve svých potřebách, zájmech, příjmech, místem bydliště a jiných atributech, proto dochází k segmentaci. Segmentace je nalezení takové skupiny zákazníků, která má své specifické požadavky na určitou skupinu výrobků nebo služeb.

Cílová skupina trhu bude vzhledem k rozsahu nabízených služeb značně široká a různorodá. Našimi zákazníky budou koneční spotřebitelé (domácnosti) a to návštěvníci regionu – tuzemští turisté, rybáři, rekreační sportovci a místní obyvatelstvo - samostatní jednotlivci, mladé páry, rodiny s dětmi i starší lidé. V oblasti cestovního ruchu se zaměříme spíše na střední vrstvy obyvatelstva ve věkové skupině od 18 do 60-ti let, ale především na mladé rodiny. Tyto rodiny, ve věku kolem 35-ti let, patří k nejdůležitější skupině zákazníků, protože preferují zdraví a aktivní přístup k životu. V oblasti pěstelského pálení jsou cílovými zákazníky výlučně domácnosti uvnitř regionu. Nabídka služeb vychází z analýzy prostředí a potřeb cílových skupin, dále z ekonomických ukazatelů zjištěných v rámci regionu a zaručuje ekonomickou dostupnost nabízených služeb pro zvolené cílové skupiny obyvatel.

¹⁷ Srov. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, *Struktura průměrné hrubé měsíční mzdy v regionech*, [online], <<http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/p/3109-08>>

3 ANALÝZA EXTERNÍCH FAKTORŮ

„Analýza externích faktorů je důležitá pro poznání externího prostředí, ve kterém podnik působí, dále pro identifikaci změn a trendů, které se dějí v okolí podniku a mohou mít na něj vliv, a ke stanovení toho, jak bude podnik na vliv těchto změn a trendů reagovat.“¹⁸

3.1 PEST analýza

Do kategorie analýzy externích faktorů patří tzv. PEST analýza, která zahrnuje analýzu politických, ekonomických, sociálních a technologických faktorů prostředí, které mohou ovlivnit podnikání a rozvoj firmy s přihlédnutím k současným cílovým trhům a firemním cílům a výkonnosti.

3.1.1 Politicko – právní faktory

- změny v legislativě regulující podnikání a to zejména změny sazeb daní z příjmů, zvyšování spotřební daně na výrobu ovocných destilátů, převod služeb a zboží s 9% DPH do 19% DPH, zvyšování silniční daně v závislosti na ekologické zátěži vozidel
- legislativní změny v oblasti pracovněprávních vztahů vyšší nároky na pracovní prostředí, ochranné pomůcky, ukončení zaměstnání ze strany zaměstnavatele
- legislativní změny regulující ochranu spotřebitele a konkurenční prostředí
- zpřísnování hygienických nařízení a norem na provoz pohostinství a ubytovacích služeb

¹⁸ BLAŽKOVÁ, M., Analýza prostředí (makroprostředí) *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*, s. 53

- zvyšující se nároky na kvalitu životního prostředí, stále přísnější legislativní opatření v oblasti ekologie,
- nadnárodní nařízení, předpisy Evropské unie zasahující do vnitrostátní politiky státu

3.1.2 Ekonomické faktory

- světová finanční krize - nejistota na peněžním trhu, omezení úvěrové činnosti, dopad na všechny firmy závislé na bankovních úvěrech, pokles (zahraniční) poptávky při vysokém stupni konkurence povede ke značnému tlaku na pokles cen, v podnikové sféře budou silné tlaky na zeštíhlování a fúze¹⁹
- zpomalení růstu ekonomiky státu HDP k 30.09.2008 je HDP v ČR 4,6%²⁰ to je proti roku 2007 o celé 2,2% nižší růst HDP
- míra inflace nebo-li míra znehodnocení měny v časovém období, která zobrazuje vývoj životních nákladů obyvatelstva ČR je k 30.09.2008 6,6% to je proti roku 2007 o celé 3,8% vyšší²¹
- Objem mzdových prostředků zúčtovaných k výplatě vzrostl reálně v I. pololetí roku 2008 pouze o 3,1%²²
- růst cen se nejvýrazněji projevil v potravinářském sortimentu, konečná spotřeba domácností se na meziročním růstu HDP podílela 1,5%, to je z 30 %, tento příspěvek byl nižší než v 1. pololetí 2007, kdy dosahoval 47%, v běžných cenách

¹⁹ Srov. SINGER, M., *Finanční krize: příčiny a možné dopady na českou ekonomiku*, [online],

<http://www.cnb.cz/m2export/sites/www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/konference_projevy/vystoupeni_projevy/download/Singer_20081029_Appia.pdf>

²⁰ Srov. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, *HDP, národní účty*, [online],

http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/hdp_narodni_ucty

²¹ Srov. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, *Míra inflace*, [online],

<http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mira_inflace>

²² Srov. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, ODBOR EKONOMICKÝCH ANALÝZ, *Analýza vývoje ekonomiky ČR a odvětví v působnosti MPO za 1. pololetí 2008*, [online],

<<http://www.mpo.cz/dokument47753.html>>

byl růst tržeb za zboží a služby zhruba srovnatelný s předchozími léty, avšak fyzický růst (po vyloučení vlivu cen) činil jen 2,3% a byl nejnižší od roku 2005²³

- zmírnění růstu tržeb, obchodní marže se v 1. pololetí 2008 meziročně snížila na 14,0% a pokračuje tak v sestupu od roku 2004, kdy dosáhla 16,1%, tento trend signalizuje ostrou cenovou konkurenci a úsilí silných obchodních uskupení o získání co největšího podílu na trhu, nejvíce marže klesla v maloobchodě na 22,1%.²⁴
- cenový růst materiálů a výrobků spotřebovávaných ve stavebnictví zpomaloval (na 2,0% v červnu)²⁵

3.1.3 Sociální faktory

- nepříznivý demografický vývoj, stárnutí populace obyvatelstva, stále nižší počet nově narozených dětí, migrace mladých lidí do velkoměst
- relativně pozitivní trend spočívá v pozvolném nárůstu podílu vysokoškoláků a poklesu podílu osob s nejnižším vzděláním, s růstem vzdělanosti roste životní úroveň obyvatel a nároky na životní standardy²⁶
- dopravní dostupnost území hraje v oblasti cestovního ruchu velkou roli – region představuje významnou dopravní lokalitu, opírající se o rozmanité druhy dopravy, disponuje značným potenciálem a je napojen na síť dálnic a rychlostních silnic ČR
- životní styl obyvatelstva – stále silněji pronikající konzumní způsob života i do malých měst, který vede k přetrhání dříve tak silných sousedských a přátelských vazeb

²³ Srov. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, ODBOR EKONOMICKÝCH ANALÝZ, *Analýza vývoje ekonomiky ČR a odvětví v působnosti MPO za 1. pololetí 2008*, [online],
<<http://www.mpo.cz/dokument47753.html>>

²⁴ Srov. Tamtéž

²⁵ Srov. Tamtéž

²⁶ Srov. *Regionální operační program regionu soudržnosti Střední Morava verze 12 2007 - 2013* [online],
<http://www.rr-strednimorava.cz/upload.cs/c/c646ca74_0_rop_sm_verze_12.pdf>

- charakteristickým znakem dnešní doby je méně času na odpočinek – lidé ve snaze vybudovat si vlastní zázemí a profesní kariéru pracují někdy i 12 hodin denně a to na úkor rodiny, přátel, zdraví
- dnešní společnost preferuje zdravý životní styl – profesní růst je spojen s image pracovníka, obézní lidé mají těžší pozici na trhu práce, obezita je spojena s řadou civilizačních chorob, zdraví je na trhu práce jedním z limitujících požadavků
- zákazník dává přednost pohodlí a snadné dostupnosti služeb, proto nabídka služeb musí splňovat všechny požadavky zákazníka jinak je služba neprodejná

3.1.4 Technicko – technologické faktory

- zahájena reforma systému výzkumu, vývoje a inovací v ČR, jejíž cílem je vytvořit inovační prostředí tak, aby veřejné prostředky investované do výzkumu, vývoje a inovací přinášeli konkrétní ekonomický či jiný přínos z jejich realizace²⁷
- systém výzkumu a vývoje musí vytvořit podmínky, podněcující z veřejných prostředků podporované výzkumné organizace k transferu znalostí výzkumu a vývoje do praxe²⁸
- zrychlující se tempo technologických změn - systém výzkumu a vývoje musí přispět ke zvýšení úspěšnosti českých podniků na mezinárodních trzích se špičkovými výrobky, technologiemi a službami na bázi rychle uplatněných výsledků českého výzkumu²⁹
- podniky musí sledovat změny v technologiích a zkoumat, jak nové technologie mohou uspokojit zákazníky
- technologická úroveň odvětví cestovního ruchu a pěstivelského pání je uspokojivá ani jedno z odvětví není předmětem převratných technologických změn, postupně se vyvíjí geometrickou řadou, proto nepodléhá rychlému morálnímu opotřebení a zastarání

²⁷ Srov. RADA PRO VÝZKUM A VÝVOJ, *Reforma systému výzkumu, vývoje a inovací v České republice*, [online], <<http://www.vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekce=495405>>

²⁸ Srov. Tamtéž

²⁹ Srov. Tamtéž

3.2 Analýza trhu

V oblasti cestovního ruchu se Mikroregion Mohelnicko řadí do regionu soudržnosti Střední Morava, kde aktivity cestovního ruchu představují jeden z největších rozvojových potenciálů regionu, který však prozatím není zcela naplňován. Počet ubytovacích zařízení v rámci celého RS Střední Morava byl v roce 2005 ve srovnání s rokem 2000 nižší o 41. Lůžková kapacita se naopak zvýšila o 2 200 lůžek, tj. o 7,3%, ani údaje o využívání ubytovacích kapacit v rámci RS Střední Morava nejsou zcela uspokojivé, byť jsou patrné některé nadějně dílčí trendy, v regionu dochází k poměrně viditelnému poklesu počtu návštěvníků. Viditelně nižší je pak také využitelnost pokojů, která v případě Olomouckého kraje poklesla o 3,2 procentních bodů (viz. tab. 1), přestože údaje o délce pobytu korespondují, případně i převyšují celostátní průměr (který je ovlivněn velkým počtem velmi krátkodobých návštěvníků Prahy), celkový podíl ubytovaných návštěvníků v rámci RS Střední Morava dosáhl pouze 8,5% celkového počtu ubytovaných hostů v ČR za rok 2005.

Tab. 1 - Ukazatele cestovního ruchu v regionu soudržnosti Střední Morava

	2004		2005	
	ČR	OK	ČR	OK
Hosté v ubytovacích zařízeních	12 219 689	417 663	12 361 793	414 910
- z toho cizinci	6 061 225	97 405	6 336 128	99 563
Průměrný počet přenocování	3,3	4,2	3,3	4,4
- z toho cizinci	3,1	2,8	3,2	2,9
Průměrná doba pobytu (ve dnech)	4,3	5,2	4,3	5,4
- z toho cizinci	4,1	3,8	4,2	3,9
Využití pokojů (v %)	44,1	33,3	42,4	30,1

Potenciál pro rozvoj cestovního ruchu v RS je značný, avšak jeho využití je nedostatečné, to je způsobeno vlivem nízké úrovně dopravní a informační infrastruktury pro cestovní ruch, nedostatečnou nabídkou marketingových produktů cestovního ruchu a limitující kvalitou lidských zdrojů. Příčina nízké kvality pohostinských a ubytovacích služeb se přisuzuje rozdrobenosti sektoru, jehož důsledkem je jednak nedostatek rozvojového kapitálu, ale také teprve se rodící

partnerství malých podnikatelů, kteří díky rozdrobenosti a finanční slabosti nejsou prozatím schopni zajistit takovou úroveň komplexnosti služeb, na jakou jsou turisté zvyklí v turisticky vyspělých zemích.

Je zřejmé, že cestovní ruch představuje odvětví s mimořádným synergickým efektem, jež zdaleka nezahrnuje pouze ubytovací zařízení, ale početné stravovací, dopravní služby a celou řadu doprovodných služeb, přímo podporující vlastní turistickou akci. Problém z hlediska zvýšení atraktivnosti cestovního ruchu představují areály pro letní i zimní turistiku, v nichž chybí vhodná turistická infrastruktura a doprovodné služby, prodlužující sezónnost. Pro zvýšení jejich atraktivity i dalších turistických cílů je důležité jejich napojení na hustou síť doprovodné infrastruktury (orientační systémy, cyklostezky, turistické a běžkařské trasy, hippostežky) a provázanost s doplňkovými službami (cyklobusy, skibusy, cykloservisy apod.)

Z důvodu nedokončené restrukturalizace vlastnictví anebo nedostatečných schopností stávajících vlastníků odpovídajícím způsobem rozvíjet ubytovací a pohostinské služby a zajistit personál na požadované úrovni profesionální kvality (jazyková vybavenost apod.), je často poskytována nízká kvalita služeb. Nedostatečné investice do sektoru cestovního ruchu nepřinesly rozvoj doprovodných služeb (sportovní zařízení, úschovny a půjčovny lyží a kol, parkovací plochy apod.). Mnohá zařízení nejsou certifikována dle existujících standardů. Certifikace ubytovacích zařízení povede ke srovnatelnosti úrovně kvality mezi ubytovacími zařízeními a ke zpřehlednění pro turisty.³⁰

Provedenou analýzou trhu cestovního ruchu jsme zjistili, že potenciál trhu je ve značné míře nedostatečně využitý, že vstup na tento otevřený trh nebude snadný, ale není nemožný, přičemž je důležitá zejména orientace na doplňkové služby spojené s cestovním ruchem tak, aby byly zajištěny veškeré potřeby a přání zákazníků spojené s jeho volno časovými aktivitami, na které se tento trh především orientuje.

V oblasti pěstitelského pálení je nutné při analýze trhu vycházet z roční produkce ovoce v ČR. V ČR patří výroba ovoce k významným tradičním oborům, orientovaným na vyváženou výživu obyvatelstva a využití příznivých přírodních zdrojů. Roční

³⁰ Srov. *Regionální operační program regionu soudržnosti Střední Morava verze 12 2007 - 2013*, [online], <http://www.rr-strednimorava.cz/upload.cs/c/c646ca74_0_rop_sm_verze_12.pdf>

produkce ovoce dosahuje v posledních osmi letech 380-500 tisíc tun.. Hlavním ovocným druhem jsou jabloně. Produkce jablek z intenzivních sadů představuje 81% celkové produkce ovoce z těchto sadů. Celková roční produkce ovoce v ČR činí 0,7% produkce EU, celková produkce jablek 1,4% produkce Unie.³¹ V ČR se nachází 18,1 mil. ovocných stromů a keřů v OK 2,8 mil ovocných stromů a keřů tj. 15,5% z celkové výsadby ovocných stromů ČR (viz. Tab. 2)

Roční spotřeba alkoholu v ČR za posledních 70 let vzrostla téměř trojnásobně, průměrný Čech v roce 2006 vypil 10,2 litru čistého lihu³²

Tab. 2 Počet ovocných stromů a keřů v ČR

	Jabloně	Hrušně	Třešně	Věšně	Meruňky	Broskvně	Švestky pravé	Švestky ostatní, slivky, renklódy, mirabelky	Ořešáky vlašské	Ostatní ovocné stromy	Angeřt	Rybíz červený, bílý	Rybíz černý	Maliny	Ostatní bobulovité keře
	Apple trees	Pear trees	Cherry trees	Sour cherry trees	Apricot trees	Peach trees	Prunus domestica trees	Plum trees	Walnut trees	Other fruit trees, mixed orchards	Goose-berry bushes	Red/white currant bushes	Black currant bushes	Rasp-berry bushes	Other berry bushes
a	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Hl. město Praha	153 683	43 346	5 203	39 441	572	462	2 922	16 314	211	72	196	228 277	6 501	290	6 504
Středočeský	2 110 714	142 577	106 736	190 037	19 023	73 919	14 351	11 106	2 774	1 978	1 508	290 732	36 183	55 346	4 816
Jihočeský	604 436	19 185	39 186	72 036	262	593	36 429	4 268	1 655	4 368	7 696	581 009	69 822	1 665	85
Plzeňský	250 235	3 682	3 447	5 434	124	329	3 826	11 354	988	-	536	2 313	39 946	720	43
Karlovarský	32 197	523	4 268	148	-	-	6 280	-	-	-	-	-	-	-	-
Ústecký	966 414	77 927	28 982	69 176	38 774	21 017	10 516	20 442	1 207	6 551	5 237	122 113	3 776	3 245	111
Liberecký	321 189	4 423	10 949	26 243	88	204	3 106	29 262	962	845	387	262 910	70 933	1 714	64 190
Královhradecký	1 526 163	48 862	54 982	188 278	5 522	16 574	22 930	30 753	2 408	9 071	1 822	488 419	186 806	33 232	432
Pardubický	187 564	4 630	8 497	3 190	232	362	5 477	8 788	1 638	524	1 119	283 482	124 377	3 109	116
Vysočina	38 819	3 900	3 693	1 606	3 186	828	7 511	4 762	1 883	1 050	1 798	4 530	2 584	4 525	204
Jihomoravský	1 721 904	74 540	50 737	184 015	434 685	341 715	95 784	23 477	3 769	19 063	1 801	205 547	4 418	5 167	882
Olomoucký	1 562 756	53 821	21 015	52 695	5 289	9 106	29 429	51 833	1 363	1 973	29 003	695 394	234 520	103 414	520
Zlínský	423 286	10 582	12 589	15 075	9 560	15 384	82 181	20 989	2 934	6 860	1 889	34 551	1 473	3 128	101
Moravskoslezský	278 050	4 571	3 510	1 879	1 333	839	10 656	11 014	2 259	3 084	2 835	123 285	42 240	44 209	218
ČR CELKEM	10 197 421	492 587	356 804	849 253	518 630	481 331	331 380	244 378	24 230	55 463	55 828	3 322 561	823 578	259 965	78 223

Pěstitelské pálení má na Moravě dlouholetou tradici. Provedenou analýzou trhu pěstitelského pálení jsme zjistili, že produkce ovoce určená k pěstitelskému pálení je v regionu dostatečná a trend vývoje spotřeby alkoholu v ČR je předpokladem dlouhotrvajícího odbytu. V případě výroby ovocného destilátu půjde opět o vstup na

³¹ Srov. *Poziční dokument ČR ke kapitole 7 - Zemědělství*, [online], <<http://ekolist.cz/eu-cr-pozicdok-zemed.htm>>

³² Srov. ČT24, *Spotřeba alkoholu v ČR za posledních 70 let trojnásobně vzrostla*, [online],

<<http://www.ct24.cz/relax/29000-spotreba-alkoholu-v-cr-za-poslednich-70-let-trojnásobne-vzrostla/>>

otevřený trh, kde hraje důležitou roli tradice, proto bude v tomto případě nutné klást velký důraz na kvalitu nabízených služeb a jejich propagaci.

3.3 Analýza konkurence

Analýza konkurence trhu pěstitelské pálení :

Palírna Zvole - provozovna Zvole 120, 789 01 Zábřeh, provozovatel Z.V.Č. , s.r.o., U Soutoku 1159/3, 772 00 Olomouc, IČ: 25359886, vstup na trh 19.11.1996, vzdálenost 12,5 km (viz. příl. 7, s. 69)

Lihovar Hrabová - provozovna Hrabovská 96, 789 01 Zábřeh, provozovatel Lihovar Hrabová s.r.o., Hrabovská 96, 789 01 Zábřeh, IČ: 62360655, vstup na trh 08.02.1995, vzdálenost 14,6 km (viz. příl. 7, s. 69)

Palírna Veleboř - provozovna Veleboř č.p. 8, 789 73 Úsov, provozovatel Josef Drlík, Veleboř č.p. 8, IČ: 64967476, vstup na trh 26.01.1998, vzdálenost 18 km (viz. příl. 7, s. 69)

Palírna u Vodičkovy vily – provozovna Nádražní 532, 783 91 Uničov, provozovatel Petr Weigel, Troubelice 382, PSČ 783 83, IČ: 11189398, vstup na trh 23.08.2004, vzdálenost 20 km (viz. příl. č. 7, s. 69)

Analýzou konkurence bylo zjištěno, že v regionu se vyskytují 4 konkurenční firmy provozující pěstitelské pálení, všichni konkurenti mají pěstitelské pálení jako jednu z provozovaných živností nikoli jako hlavní činnost, ani u jednoho z konkurentů nejde o jediný zdroj příjmů, u třech konkurentů jde o dlouholetou tradici v oboru. Všichni konkurenti vycházeli ze stejné strategie jako JMS, spol. s r.o, kdy pěstitelské pálení provozují jako doplňkovou činnost, vstup na tento trh bude velice obtížný, snahou JMS, spol. s r.o. bude pokrýt poptávku směr Litovelsko, kde není konkurenční zastoupení a teprve po prosazení se na trhu zejména kvalitou a dostupností nabízené služby se společnost pokusí proniknout do konkurencí obsazeného regionu.

Analýza konkurence trhu ubytovací zařízení :

Penzion U Třebůvky – provozovna Olomoucká 9, 789 83 Loštice, provozovatel Alice Johnová, Žadlovce 60, 789 83 Loštice, IČ: 67721265, vlastník ubytovacího zařízení METRIE spol. s r.o., Moravičanská 20/19, 789 83 Loštice, IČ: 45194467, kapacita 25 osob, 8 dvoulůžkových cena 945,- Kč /den/pokoj a 4 jednolůžkové pokoje cena 635,- Kč/den/pokoj, apartmán kapacita 5 osob, cena dvě osoby 1850,- Kč/den, 1 osoba 1350,- Kč/den, přistýlka 350,- Kč/den, dítě do 3 let zdarma, dítě do 10 let 150,- Kč/den, rekreační poplatek 10,- Kč

Penzion u Coufalů – provozovna nám. Míru 62, 789 83 Loštice, provozovatel Jan Konečný, Ztracená 290/17, 789 83 Loštice, IČ: 42991030, provozovatel je současně vlastník ubytovacího zařízení, kapacita 10 osob + 5 přistýlek, 3 dvoulůžkové pokoje, cena 720,- Kč/osoba/den nebo 950,- Kč/2 osoby/den, 1 malý dvoulůžkový apartmán, cena 950,- Kč/osoba/den nebo 1.200,- Kč/2 osoby/den a 1 velký dvoulůžková apartmán, cena 1.200,- Kč/osoba/den nebo 1.500,- Kč/2 osoby/den, přistýlka 350,- Kč velký apartmán 2 přistýlky v ceně jedné

Ubytovna turistického typu Vinárna U Rytíře – provozovna nám. Míru 115/2, 789 73 Loštice, provozovatel Markéta Štiková, Bezručova 640/44, 789 83 Loštice, IČ: 60977426, vlastník ubytovacího zařízení Jiří Štika a Marie Štiková, Bezručova 729/16, 789 83 Loštice, kapacita nezjištěna, kvalifikovaný odhad 10, 2 a 5-ti lůžkové pokoje, cena 200,- Kč/den/osoba

Ubytovna turistického typu JP, a.s. – provozovna, Hradská 107, 789 83 Loštice, provozovatel JP, a.s., Šumperk, Palackého 74/23, 789 83 Loštice, IČ: 15503224, provozovatel je současně vlastník ubytovacího zařízení, kapacita 60 lůžek, 25 pokojů (1-4 lůžkové) cena 125,- Kč/den/osoba

Analýzou konkurence ubytovacích zařízení bylo zjištěno, že ve městě je nabízeno ubytování dvojího typu, penziony, kdy se cena ubytování za osobu a den pohybuje od 500,- Kč a dále, s tímto typem ubytování je spojen značný komfort a vybavenost pokojů a dále ubytování turistického typu, kdy se cena za ubytování pohybuje od 125,- Kč do 200,- Kč za osobu a den, přičemž se v nabídce uvádí, že jde o ubytování převážně pro dělníky, montéry, pracovníky na stážích atd.. Celková kapacita ubytovacích služeb ve městě je 110 lůžek, z toho nadstandardního typu 40 a turistického typu 70. Téměř veškeré ubytovací služby jsou nabízeny ve vlastních

zařízeních a to jak v rukou fyzických tak právnických osob. Současně bylo zjištěno, že se ve městě nachází Hotel Střelnice, vlastník METRIE spol. s r.o., Moravičanská 20/19, 789 83 Loštice, IČ: 45194467, donedávna provozovaný společností PEŠŤ restaurant spol. s r.o., Žadlovice 11, 789 83 Loštice, která je v současné době v likvidaci. Hotel Střelnice je vlastníkem určen k prodeji a při analýze konkurence ubytovacích zařízení je nutno s tímto objektem počítat jako s možnou konkurencí do budoucna, kapacita zařízení je 64 lůžek. Z provedené analýzy vyplývá, že přestože konkurence v oblasti ubytovacích služeb je ve městě značná, není ubytování pro tuzemskou střední vrstvu obyvatelstva doprovázené nadstandardními doplňkovými službami, které je předmětem podnikatelského plánu JMS, spol. s r.o. ve městě dostatečně zastoupené a při kvalitně zpracovaném marketingovém plánu je možno se na trhu ubytovacích služeb v regionu prosadit.

Analýza konkurence trhu pohostinství :

Restaurace u Coufalů - provozovna nám. Míru 62, 789 83 Loštice, provozovatel Jan Konečný, Ztracená 290/17, 789 83 Loštice, IČ: 42991030, provozovatel je současně vlastníkem pohostinství, příprava teplých pokrmů, stravovací kapacita 30 míst, venkovní posezení

Vinárna U Rytíře - provozovna nám. Míru 115/2, 789 73 Loštice, provozovatel Markéta Štiková, Bezručova 640/44, 789 83 Loštice, IČ: 60977426, vlastníkem pohostinství Jiří Štika a Marie Štiková, Bezručova 729/16, 789 83 Loštice, příprava teplých pokrmů, stravovací kapacita 20 míst

Restaurace na Růžku – provozovna Olomoucká 146/26, 789 83 Loštice, provozovatel Jiří Vykydal, Olomoucká 146/26, 789 83 Loštice, IČ: 49597990, vlastníkem pohostinství Jiří a Olga Vykydalovi, Olomoucká 146/26, 789 83 Loštice, příprava teplých pokrmů, stravovací kapacita 30 míst, venkovní posezení

Královská pivnice - provozovna nám. Míru 115/2, 789 73 Loštice, provozovatel Marek Štika, Bezručova 729/16, 789 83 Loštice, IČ: 60977400, vlastníkem pohostinství Jiří Štika a Marie Štiková, Bezručova 729/16, 789 83 Loštice, bez stravování, venkovní posezení, kapacita 20 míst

Sírkárna Loštice – provozovna Jevíčská 260/8, 789 83 Loštice, provozovatel Lumír Konečný, Jevíčská 260/8, 789 83 Loštice, IČ: 60978732, vlastníkem pohostinství Anna

Konečná, Jevíčská 260/8, 789 83 Loštice, rychlé občerstvení, venkovní posezení, kapacita 30 míst

Koupaliště Loštice – provozovna Ke Koupališti 647/22, 789 83 Loštice, provozovatel Miroslav Kneifel, Vlčice 196/62, 789 83 Loštice, IČ: 65128290, vlastník Město Loštice, nám. Míru 66/1, 789 83 Loštice, rychlé občerstvení, venkovní posezení, kapacita 10 osob

Bistro – bar „g“ – provozovna Hradská č.p. 642, 789 83 Loštice, provozovatel Jaroslav Geppert, Žadlovice 11, 789 83 Loštice, IČ: 13617338, vlastník Jaroslav Geppert, Žadlovice 11, 789 83 Loštice, bez stravování, venkovní posezení, kapacita 10 osob

V rámci provedené analýzy konkurence služeb v cestovním ruchu bylo zjištěno, že pouze pohostinství koupaliště nabízí doplňkové služby, žádné pohostinství ani ubytovací služba nenabízí dětské hřiště, stůl na stolní tenis, výpůjčku kol a in-line bruslí. Dále bylo průzkumem trhu konkurence zjištěno, že žádné z pohostinství nenabízí čistě nekuřácké prostředí ve vnitřních prostorách provozovny

Ve městě se nachází 3 stravovací zařízení, které nebudou přímými konkurenty JMS, spol. s r.o., společnost předpokládá, že bude uzavřeno dlouhodobé partnerství s jedním z těchto zařízení na principu vzájemné spolupráce při zajištění stravování ubytovaných hostů společnosti JMS, spol. s r.o. za předem dohodnutých podmínek, které budou předmětem smluvního vztahu. Největšími konkurenty JMS, spol. s r.o. budou Královská pivnice, Sirkárna Loštice, koupaliště Loštice a Bistro – bar „g“, po provedeném šetření byl z přímé konkurence vyřazen Bar G a Královská pivnice, které se zaměřují především na každodenní konzumenty alkoholu, jedná se o klasické kuřácké pivnice specializující se na mužskou populaci, tyto zařízení nejsou vhodné pro klientelu společnosti JMS, spol. s r.o., která se zaměřuje na rodiny s dětmi, aktivní občany, kteří v pohostinství udělají zastávku na občerstvení, seniory na odpoledních procházkách a občany, kteří budou aktivně využívat vnější i vnitřní doplňkové služby. Po provedené analýze jsme dospěli k názoru, že ve městě budou pouze dva přímí konkurenti JMS, spol. s r.o. v oblasti pohostinství z toho pohostinství na koupališti je provozováno pouze v letní sezoně. Společnost JMS, spol. s r.o. provedenou analýzou dospěla k názoru, že je schopna vstoupit na tento otevřený trh a správným marketingovým přístupem prosadit svou nabídku v daném konkurenčním prostředí.

4 SWOT ANALÝZA

Jedná se o analýzu, která posuzuje významnost faktorů z pohledu silných a slabých stránek podnikatelského záměru a budoucího podniku a dále z pohledu příležitostí a hrozeb, kterým je nebo bude podnik vystaven. Silné a slabé stránky jsou interní faktory, které může společnost ovlivnit, přičemž hrozby a příležitosti jsou externí vlivy, na které se společnost snaží připravit a adekvátně reagovat. V případě SWOT analýzy se jedná o užší vymezení externích faktorů než u provedené PEST analýzy, která na společnost pohlíží pouze jako na součást určitého celospolečenského dění, které podnik ovlivňuje, zatímco SWOT analýza se zabývá konkrétními situacemi, které mohou mít přímý vliv na společnost.³³

4.1 Silné stránky

- vhodné geografické umístění provozovny společnosti pro zahájení vytyčeného předmětu činnosti
- vhodný výběr lokality pro umístění provozovny s dostupnou technickou infrastrukturou, soulad s územním plánem města
- uzavřena smlouva o budoucí kupní smlouvě na prodej pozemku na výstavbu provozovny
- kvalitní management společnosti, společníci vybráni na jednotlivé pozice v organizační struktuře společnosti podle svých schopností a zkušeností
- vysoká motivace spočívající v propojení řízení společnosti s vlastnictvím, společný cíl, snaha o úspěšnou realizaci projektu
- vysoké zapojení partnerského přístupu řízení společnosti, využití maticového principu řízení společnosti
- možnost postupného rozšiřování nabídky služeb podle vývoje poptávky

³³ Srov. BĚLOHLÁVEK, F., KOŠŤÁL, P., ŠULEŘ, O., SWOT analýza, *Management*, s. 214

- vytvoření kvalitního zázemí pro široký sortiment zákazníků zajišťující společnosti potřebnou kupní sílu pro provozování podnikatelské činnosti
- možnost alternativního využití prostor pro podnikání

4.2 Slabé stránky

- doba vstupu společnosti na trh, nepříznivá ekonomická situace způsobená světovou finanční krizí, klesající hrubý domácí produkt
- sezónní charakter jednotlivých činností podnikatelského záměru, riziko značných výkyvů v obratu tržeb za jednotlivá období
- vysoké vstupní náklady na zahájení podnikání omezující další rozvoj společnosti a zajištění kvalitního zásobování
- vysoké náklady a administrativní náročnost spojené s certifikací společnosti, která je pro zákazníky nezbytnou zárukou kvality
- nedostatek vlastního kapitálu a vlastních zdrojů krytí aktiv společnosti, hrozba předlužení v důsledku vysokých vstupních investic, nízká likvidita společnosti vůči obchodním partnerům
- společnost nemá vybudovanou pozici na trhu, její jméno není zárukou kvality, musí si nejprve vybudovat pozici na trhu, vysoké náklady na propagaci

4.3 Hrozby

- projekt nebude vybrán ke spolufinancování z Regionálního operačního programu regionu soudržnosti Střední Morava – nedostatek finančních zdrojů pro zahájení podnikání
- finanční ústav odmítne poskytnout dlouhodobý investiční úvěr nebo budou podmínky poskytnutí úvěru nepřiměřené pro čerpání úvěru na realizaci projektu – nedostatek finančních zdrojů pro zahájení podnikání

- nesprávný odhad situace na trhu – podcenění tržního prostředí konkurence
- vysoké stavební, hygienické, bezpečnostní, ekologické a protipožární nároky na zřízení provozovny
- neustále rostoucí ceny fixních nákladů na podnikání zejména neustále se zvyšující ceny energií
- vstup nové konkurence na trh se silným kapitálovým zázemím, snaha o monopolní postavení v území, cenová válka
- nepříznivý vliv politických, ekonomických, společenských a technologických faktorů zpracovaných v PEST analýze na vývoj společnosti

4.4 Příležitosti

- zvyšující se poptávka zákazníků po nabízených službách v důsledku změny životního stylu
- na trhu neexistuje dominantní hráč, který ovládá trh což umožní jednodušší vstup společnosti na trh
- v regionu dva silné průmyslové podniky, které zajišťují vysokou zaměstnanost a stabilní růst životní úrovně obyvatelstva
- rozvoj partnerství pro zajištění komplexnosti služeb na trhu pro potencionální zákazníky
- nové trendy v oblasti cestovního ruchu, propagace, informatiky úzce spojené s předmětem podnikání
- získání kapitálově silného partnera umožňující další rozvoj podnikatelské činnosti v souladu s podnikatelským plánem společnosti
- navázání dlouhodobé přeshraniční spolupráce, seznámení zahraničních partnerů s přednostmi území, zapojení zahraničního partnera do vzájemné spolupráce
- v důsledku demografického vývoje společnosti zvyšující se orientace na seniory, kteří stále víc preferují aktivní stáří a návrat k přírodě

5 AUDIT ZDROJŮ

Nezbytným krokem zahájení podnikatelské činnosti je identifikace zdrojů, které má podnik k dispozici, analýza efektivnosti využití vymezených zdrojů pro podnikání, zejména jejich flexibilita a vzájemná vyváženost, součástí zkoumání je i vyřešení nesouladu mezi dostupnými zdroji a zdroji potřebnými pro podnikatelský záměr podniku.

5.1 Finanční zdroje

Zdroje a použití finančních prostředků vychází z celkových potřeb podniku pro realizaci podnikatelského plánu. Dostatek finančních prostředků je nutnou podmínkou pro úspěšný start podnikání. Podnik musí vědět jak velké předpokládá investiční výdaje, jaká částka by měla tvořit provozní kapitál, který je třeba pro spuštění podniku, jaký objem finančních prostředků je nutno vynaložit na tvorbu zásob. Podnik si dále musí stanovit sumu, která bude tvořit hlavní část investice, kolik z celkového objemu investic bude financováno formou bankovního úvěru a lze-li využít i jiné způsoby financování projektu (viz. příl. 8, s. 70).³⁴

5.2 Hmotné zdroje

Hmotné zdroje jsou zdroje potřebné pro realizaci podnikatelského záměru k vytvoření produktů, které jsou předmětem podnikání a jejich přeměnu na výnosy a zisk, jejich pořízení je závislé na finančních zdrojích podniku. Zpravidla jde o pozemky, budovy, nábytek a vybavení prostor, výrobní nástroje a zařízení, výrobní materiál atd. (viz. příl. 8, s. 70). V přípravné fázi investiční činnosti je nutné si uvědomit, že o provozních nákladech stavby je z převážné části, v současné době se uvádí hodnota 80% celkových provozních nákladů, rozhodnuto již v projekční části investice, přičemž

³⁴ Srov. ABRAMS, R., Zdroje a použití finančních prostředků, *Obchodní plán*, s. 148 – 149

porovnáním investičních a provozních výdajů, bylo zjištěno, že investice do pořízení nemovitosti se do 10-12 let vyrovná nákladům vynakládaným na její provozování, což při životnosti budovy cca 60 let stanovuje poměr investičních a provozních nákladů 1:6. Tento výsledek vytváří velký prostor pro optimalizaci právě provozních nákladů investice, z čehož jasně vyplývá potřeba zapojení facility managementu, již do procesu přípravné etapy výstavby. Je nutné zvolit takové hmotné investice, které do budoucna sníží provozní náklady podnikání na minimum, ve vazbě na finanční návratnost investic do úsporných technologií. V případě společnosti JMS, spol. s r.o. je třeba je zaměřit na využití kvalitních tepelně-izolačních technologií, výběr úsporných systémů vytápění objektu provozovny, vybavenost objektu provozovny nízkoenergetickými spotřebiči a úspornými systémy osvětlení, nahrazení části spotřeby pitné vody vodou užitkovou z vlastní studny, zajištění ohřevu vody systémem solárních panelů, atd..

5.3 Lidské zdroje

Lidské zdroje jsou motorem úspěšné realizace podnikatelského záměru. Kvalitní tým je klíčovým předpokladem úspěšného řízení podniku. Důležité jsou nejen znalosti, dovednosti a kvalifikační předpoklady jednotlivých členů týmu, které se musí vzájemně doplňovat, ale důležitý je také postoj jednotlivých pracovníků k podniku a jeho osobní motivace pro úspěšné řízení podniku. Každý pracovník musí mít přesně stanovenou roli ve struktuře podniku včetně vymezení svých pravomocí a kompetencí, která vyplývá z jeho předchozích zkušeností a vzdělání a dále z jeho profesních a lidských předností (viz. příl. 8, s.70).

5.4 Nehmotné zdroje

Typickým příkladem nehmotných zdrojů je vytvořená síť kontaktů řídicích pracovníků v různých směrech řízení podniku, dále pak různé druhy certifikací, které jsou zárukou kvality a zvyšují prestiž podniku, uplatňování etických zásad podnikání atd. (viz. příl. 8, s. 71).

6 MARKETINGOVÝ PLÁN

Marketingový plán charakterizuje směr, který bude podnik sledovat v určitém časové období, jenž vede k nejúčinnější alokaci zdrojů pro dosažení vytyčených marketingových cílů. Marketingový plán vychází z dříve připravených analýz vlastní firmy, trhu, konkurence a ze závěrů marketingových průzkumů, cílem je nalézt naše výhody před konkurencí při získávání zákazníků, zejména zlepšení konkurenční pozice podniku, odstranění slabých stránek podniku, přijatelnost návratnosti nákladů a předpokládaného rizika.³⁵ Stanovené cíle musí být srozumitelné a jednoznačně vyjádřené, dále musí být reálné, uspořádané podle důležitosti, časově ohraničené, musí být jasné během jaké doby má být cíle dosaženo, dále musí být tyto marketingové cíle vzájemně sladěné a v neposlední řadě motivační.

Společnost JMS, spol. s r.o. si stanovila marketingové cíle v tomto pořadí. Dosažení 10% tržního podílu na trhu ubytovacích služeb a pohostinství a 5% podílu na trhu u pěstitelského pálení, časové období pro dosažení marketingového cíle bylo stanoveno do 1 roku od zahájení provozu zařízení a dále zvyšování růstu tržního podílu o 1% ročně pod obou 5-ti let od zahájení podnikání. Zavádění speciálních přechodných cenových nabídek a zvýhodnění na podporu prodeje, stanoveno stejné časové období jako u zvyšování růstu tržního podílu. Zvyšování obrátu firmy o 5% až 10% ročně na krytí počátečních investic firmy, časové období stanoveno na 3 roky od dosažení 10% a 5% podílu na trhu. Tvorba rezervy na sezónní výkyvy prodeje produktů a služeb ve výši 10% ročního zisku pro zajištění provozu podniku a minimalizace možnosti vzniku předlužení v důsledku vysokých vstupních investic, časové období stanoveno na 5 let od zahájení provozu zařízení, lhůty vychází z předpokladu upevnění pozice podniku na trhu. Zavádění úsporných opatření pro snižování fixních nákladů provozu zařízení ve výši min. 2% ročně, podávání zlepšovacích návrhů pracovníky firmy, polovina roční úspory fixních nákladů bude pracovníkům vyplácena jako mimořádná odměna ke mzdě. Rozdělení 15% zisku ročně mezi společníky po dosažení stanoveného podílu na trhu a vytvoření rezervy na sezónní výkyvy ve výši 300.000,00 Kč.

³⁵ Srov. BLAŽKOVÁ, M., Čeho chceme docílit v marketingu a jak toho dosáhneme, *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*, s. 101-106

6.1 Marketingový mix

Marketingových strategií je nepřehledné množství, mezi nejčastěji používané marketingové strategie patří tzv. marketingový mix, který sleduje v rámci sestavení marketingového plánu tzv. 4 P – produkt (výrobek), price (cena), place (místo) a propagace (reklama). Marketingová strategie musí mít několikaletou platnost, podnik stanovuje zejména způsob jakým pracuje se zákazníky a prezentuje se na trhu, čímž pomáhá vytvářet jasný obraz firmy na veřejnosti.

6.1.1 Produkt

Marketingový plán se odvíjí od životního cyklu produktu, který má 4 fáze – zavádění, růst, zralost a pokles, přičemž každá fáze tohoto životního cyklu má svá specifika, rozdíl tedy bude mezi marketingovým plánem produktu, který se zavádí na trh a produktem, který se nachází již v určité fázi životního cyklu. JMS, spol. s r.o. je rodící se firma, která chce proniknout na trh s nabídkou služeb, je nutné vycházet z předpokladů, že její propagační náklady budou v počáteční fázi vysoké, objem prodeje nízký, tempo růstu prodeje pomalé, distribuce obtížná a zisky nepatrné, aby společnost pronikla se svou nabídkou na již existující trh musí zákazníky nejprve upoutat a přesvědčit je o své kvalitě.

V rámci marketingového plánu firma vytváří svoji image, která musí být originální a nezaměnitelná, s tím souvisí zejména vytvoření vlastního loga společnosti včetně sloganu na podporu prodeje nabízených služeb, design prostředí, který musí mít vlastní osobitý styl odlišující podnik od ostatních zařízení obdobného typu, který musí zákazníka na první pohled zaujmout svým netradičním řešením a stát se prodejním tahákem. Spektrum nabídky musí zvyšovat její přidanou hodnotu, rozhodující jsou zejména kvalitní doplňkové služby, které zvyšují atraktivitu základní nabídky – ucelený přehled nabídky prožitků v regionu, přístup k internetu, výlety po okolí, vstupenky, orientace na vyplnění volno časových aktivit zákazníků při návštěvě zařízení - kulečnický, stolní tenis, plážový volejbal, dětské hřiště, cyklistika, in-line bruslení atd., doplňkový servis pro zákazníky v podobě lahvování destilátu, tištění vlastních etiket s logem firmy, využití přebytků z pěstitelského pálení k propagaci

produktu. Nezbytnou součástí marketingového plánu produktu jsou pevné záruky kvality, rychlá řešení stížností nespokojných zákazníků, kvalitní servis.

6.1.2 Cena

Cenová strategie musí být v souladu se sdělením společnosti vysílaným k zákazníkům, pokud nabízíme nejnižší cenu, musíme mít takovou cenovou strategii, která tomuto prohlášení odpovídá. Cena se stanovuje na základě analýzy bodu zvratu, která zkoumá rovnováhu mezi náklady a výnosy a pomůže nám zjistit, která cena je nejziskovější niko-li, která cena povede k největším prodejům. Rozhodnutí o ceně ovlivňuje celá řada faktorů postavení produktu na trhu, stadium životního cyklu produktu, růst trhu, elasticita poptávky, vnímání zákazníků, jejich očekávání a platební schopnost, potřeba slev a vhodných nabídek, potřeba zisku podniku, pokrytí investic podniku, postavení a image firmy, struktura a síla konkurence, pozice a podíl firmy na trhu, ceny konkurence.

Společnost JMS, spol. s r.o. vychází při stanovení ceny jednotlivých produktů z výpočtu jejich bodu zvratu, který nám stanoví jaký objem produkce musíme prodat, abychom příjmy z prodeje vyrovnali celkové náklady produkce, přičemž musíme znát výši celkových fixních nákladů produktu, jednotkové variabilní náklady produktu a jednotkovou cenu produktu. Cílem cenové strategie JMS, spol. s r.o. je proniknutí na trh a vytvoření podílu na trhu, proto při stanovení ceny vychází z konkurenční cenové strategie, zaváděcí cena musí být nízká, což předpokládá nízké náklady produkce – minimalizace fixních nákladů zapojení facility managementu, minimalizace mzdových nákladů společníků při zavádění společnosti na konkurenční trh. Cílem firmy je konkurování cenou, avšak cena musí být stanovena tak, aby prodej služeb vyrovnal, alespoň náklady na provozní činnost a nedošlo k předlužení společnosti a jejímu následnému úpadku.

Konkurenční cenová strategie však není jediným nástrojem cenové politiky JMS, spol. s r.o., současně s konkurováním cenou budou do procesu tvorby cen zapojeny i prvky strategie přidané hodnoty, strategie přechodných slev, strategie cenových variant a diferenciální cenová strategie. Tyto cenové strategie vyžadují stálou komunikaci se zákazníky. V rámci strategie přidané hodnoty bude firma nabízet služby navíc a to

v ceně základní služby příp. s výraznými slevami doplňkových služeb např. lahvování a etiketování zdarma, možnost snídaně v ceně ubytování, k 6-ti pivům zápůjčka kulečnicku nebo stolního tenisu zdarma atd.. Podpora prodeje přechodnými speciálními cenovými nabídkami a zvýhodněními např. 2 za cenu 1, akční sleva ceny pouze na 1 den atd.. Strategie cenových variant je např. nižší ceny při objednávce nebo úhradě služby hodně dlouho dopředu, množstevní slevy na odběr určitého množství služby, slevy za objednávky na plně obsazené ubytovací služby, slevy dle délky pobytu atd.. Diferenční cenová nabídka vychází z poptávky např. rozdíl ceny nabídky služeb o víkend a v pracovní dny, rozdíl ceny přes den a večer, slevy pro důchodce, studenty a děti do 6 let atd..

6.1.3 Distribuce

Distribuce se zaměřuje na umožnění bezproblémové spotřeby nabízených produktů spotřebiteli, jedná se tedy o nalezení nejvhodnější cesty doručení a umístění produktu na trhu. V případě JMS, spol. s r.o. jde u všech nabízených produktů a služeb o přímou distribuční cestu, nabízený produkt jde od dodavatele přímo ke spotřebiteli, pokud chce spotřebitel využít služby a produkty dodavatele musí navštívit provozovnu firmy, výhodou tohoto způsobu distribuce je absence nákladů na distribuci nabízených produktů a služeb, dále je výhodou přímé distribuční cesty přímý kontakt dodavatele se spotřebitelem, který je zárukou účinné zpětné vazby spojené s prodejem produktů spotřebitelům, umožňuje rychlé formování nabídky v souladu s potřebami zákazníků, dohody o cenách, rychlé řešení připomínek spotřebitelů atd.. Tento způsob distribuce je zárukou citlivého přístupu dodavatelů k zákazníkům a umožňuje přímé uplatnění etického kodexu firmy při styku se zákazníky.

Přímá distribuce produktů a služeb umožňuje podniku stálou kontrolu kvality nabízených služeb a produktů, která je zárukou neustálého zlepšování kvality nabídky služeb a produktů podniku a současně umožňuje podniku pružně reagovat na neustále se měnící potřeby zákazníků, tak, aby nedocházelo k morálnímu zastarání nabídky služeb a produktů a zhoršování jejich kvality.

V případě ubytovacích služeb bude částečně distribuce služby řešena prodejem ubytovacích služeb prostřednictvím mezičlánku distribuční cesty a to zařazením služby do nabídky vybraných cestovních kanceláří.

6.1.4 Propagace

Jedná se o marketingovou komunikaci dodavatelů s potencionálními zákazníky, cílem je odlišit nabídku produktů a služeb firmy od konkurence, informovat a přesvědčit stávající i potencionální zákazníky o kvalitě nabízených produktů a služeb, o přidané hodnotě, kterou zákazníci odběrem nabízených produktů a služeb získají a to za dostupnou cenu, která odpovídá rozsahu a kvalitě nabídky. Mezi nástroje marketingové komunikace patří reklama, public relations, podpora prodeje a osobní prodej, tyto nástroje je nutné vhodně kombinovat a protože každý marketingový prostředek je pro firmu značně finančně náročný je nutné pečlivě plánovat, jak finance určené na propagaci produktů a služeb použije.

V případě JMS, spol. s r.o. je nabídka produktů a služeb nová a firma musí informovat cílové trhy o uvedení produktů a služeb na trh, jedná se o informativní reklamu a cílem je zvýšení povědomí o nabídce produktů a služeb firmy. JMS, spol. s r.o. se rozhodla zpracovat vlastní webové stránky, ve vlastní režii, úhrada pouze za nákup domény na internetu a překlad do jazyka anglického, německého, polského a ruského, obsahem budou všechny dostupné informace o firmě, aktuální nabídka produktů a služeb, ceník produktů a služeb včetně aktuálních akcí na podporu prodeje, vydat informační brožuru o nabízených produktech a službách, včetně všech důležitých informací o regionu, grafické zpracování včetně fotodokumentace ve vlastní režii, úhrada nákladů na tisk a distribuci, pravidelně 1x za 2 měsíce umístění reklamního inzerátu v regionálním deníku, 1x ročně zařazení nabídky služeb do tištěného katalogu ubytovacích zařízení, pravidelná bezplatná reklamní inzerce na internetu, 1 x ročně inzerce v časopisu Turista vydávaný Klubem českých turistů, 2 x ročně na základě přeshraniční spolupráce mezi mikroregiony inzerce v regionálních měsíčních vydávaných mikroregiony v Polsku.

Public relations nejedná se o přímou podporu prodeje, jedná se o způsob propagace firmy, která zvyšuje prestiž a image firmy, cílem této podpory prodeje je vytvářet

dobré vztahy s veřejností, vytvářet ve společnosti kladnou představu o podniku, podnik se snaží vytvořit obraz firmy, která má zájem nejen o dosahování zisku, ale je ochotna část svého zisku věnovat ku prospěchu celé společnosti, jde o různé formy sponzoringu.³⁶ Public relations bude ve společnosti JMS, spol. s r.o. zastoupen velmi okrajově, jde o nově začínající firmu, bez historie, která hledá místo na trhu a její finanční zdroje jsou vzhledem k vysokým vstupním investicím značně omezené.

Podpora prodeje účinně doplňuje reklamu, nabízí přidanou hodnotu produktů nebo služeb, která působí velmi intenzivně na rozhodování a chování spotřebitele, v případě JMS, spol. s r.o. se bude jednat o slevy z ceny nakupovaných produktů a služeb, vzorky zdarma, prémie k nakoupeným produktům a službám, cenově výhodné balíčky produktů a služeb, spotřebitelské soutěže a speciální nabídky. Tento způsob propagace, který vychází z cenové strategie přidané hodnoty bude společnost JMS, spol. s r.o. intenzivně využívat, aby se dokázala ve stávající konkurenci na trhu prosadit. JMS, spol. s r.o. vybrala jako hlavní nástroj podpory prodeje věrností prémie pro stálé zákazníky, které budou spotřebitelům nabízeny různými spotřebitelskými balíčky např. návštěva pohostinství 3x v týdnu 1x nápoj zdarma, nebo využití některé z doplňkových služeb 2 x v týdnu třetí s 50% slevou, opakované pálení destilátu lahvování + etikety zdarma adt., plné obsazení ubytovacích služeb na 5 nocí, 1 noc 50% sleva, 5 x útrata v pohostinství nad 200,00 Kč vybraná doplňková služba zdarma atd.

Osobní prodej je přímá komunikace se spotřebiteli, jejíž cílem je vytvářet dlouhodobě pozitivní vztah dodavatele a spotřebitele. JMS, spol. s r.o. bude převážnou část nabízeného sortimentu realizovat osobním prodejem, rozhodujícími ukazateli pro kvalitní prodej produktů a služeb firmy je přístup k zákazníkům, pracovníci musí vytvořit příznivý počáteční dojem a získat si pozornost zákazníků, při rozhovoru se spotřebitelem zjišťují potřeby zákazníka, aby mohli nabídnout odpovídající produkt nebo službu v souladu s přáním zákazníka, pracovníci musí umět pružně reagovat na připomínky ze strany zákazníka, nabídnout mu různé varianty řešení, které budou odpovídat jeho požadavkům. Součástí osobního prodeje je také ověřování spokojenosti zákazníka, která je v případě JMS, spol. s r.o. dána věrností zákazníků k produktům a službám společnosti. Maticová organizační struktura zajišťuje vzájemnou kontrolu řídicích pracovníků.

³⁶ Srov. Public relations, *Základy marketingu*, , s. 179 -181

7 OPERAČNÍ PLÁN

Operačním plánem se rozumí rozpracování podnikatelského záměru tedy jeho realizace v čase a to do podoby operačních detailů, jejich vzájemných souvislostí a návazností, jedná se tedy o projektové zpracování realizace podnikatelského plánu do jednotlivých kroků a časového vymezení klíčových činností.

Tab. 3 Operační plán

ID	Název úkolu	2009				2010				2011				2012				
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
1	Založení spol. s r.o.	■																
2	Kupní smlouva pozemek	■																
3	Projektová dokumentace provozovny		■															
4	Stavební povolení provozovny		■	■														
5	Vyřízení žádosti o dotaci ROP			■	■													
6	Získání úvěru na financování			■	■													
7	Výběr dodavatele stavby				■	■												
8	Realizace stavby provozovny				■	■	■											
9	Čerpání úvěru a dotace				■	■	■	■										
10	Vybavení provozovny						■	■										
11	Nákup technologie výroby						■	■										
12	Kolaudace zařízení							■										
13	Finanční vyhodnocení srovnání plán x skutečnost							■										
14	Přijetí nápravných opatření								■									
15	Provoz zařízení								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
16	Zavádění doplňkových služeb								■	■	■	■						
17	Splátky úvěru								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
18	Realizace marketing. plánu								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
19	Certifikace produktů a služeb													■	■	■	■	■
20	Zhodnocení vývoje, nové vize																	■

Společnost JMS, spol. s r.o. v organizačním plánu vytyčila klíčové kroky pro realizaci podnikatelského plánu, jednotlivé etapy projektu časově ohraničila, výsledkem časového období je dílčí přesně specifikovaný cíl, kterého je třeba dosáhnout, aby mohla být zahájena následující etapa, úkolem stanovení dílčích cílů je zpětná kontrola každé etapy, porovnání a vyhodnocení rozdílů mezi plánem a skutečností a přijetí nápravných opatření, která musí být sestavena tak, aby nabízela alternativní řešení problému, přičemž musí vycházet ze zpracované SWOT analýzy firmy.

8 FINANČNÍ PLÁN

Sestavení finančního plánu, který promítá podnikatelský záměr do peněžních toků, je završením tvorby podnikatelského plánu. Je spojovacím článkem mezi představami a touhami vlastníků podniku a realitou, ověřuje reálnost podnikatelského záměru a přesvědčuje investora o jeho výnosnosti.

Výchozími podklady pro rozhodování podniku jsou účetní výkazy, základním účetním výkazem je rozvaha, která informuje o majetku podniku, jeho struktuře, ale i finančních zdrojích, ze kterých byl majetek pořízen, dalším z účetních výkazů je výkaz zisku a ztrát, ve kterém se evidují výnosy a náklady podniku, dále přehled o peněžních tocích tzv. cash flow, analýza bodu zvratu a přehled o změnách vlastního kapitálu.³⁷

Finanční plán by měl dávat odpověď na otázky, v jaké výši lze počítat s tvorbou zdrojů, jakým způsobem se vytvořené zdroje rozdělí, jaká část vytvořeného zisku se může použít k stimulaci pracovníků, s jakou výši zdrojů může podnik počítat k reinvestování, jaká má být dlouhodobá úroveň zadlužení, jaká je požadována minimální návratnost a výnosnost investic.³⁸

Tvorba finančního plánu předpokládá zpracování několika variant, každá varianta plánu se posuzuje z hlediska potřeby financování, východiskem celého finančního plánu je prognóza tržeb, která by měla vycházet z prognózy vývoje celkové poptávky a tržního podílu podniku.³⁹

Podnikatelský záměr je spojen s mnoha riziky, jako jsou riziko podceňování konkurence, riziko špatného odhadu poptávky, riziko poklesu finanční síly podniku vyplývající z velikosti i zadluženosti podniku, riziko nedostatků v řízení a další⁴⁰, proto by měly být součástí každého podnikatelského záměru analýza rizik, která se

³⁷ Srov. KORÁB V., PETERKA J., REŽŇÁKOVÁ M., Finanční plán, *Podnikatelský plán*, s. 127

³⁸ Srov. KORÁB V., PETERKA J., REŽŇÁKOVÁ M., Dlouhodobý finanční plán, *Podnikatelský plán*, s. 141

³⁹ Srov. KORÁB V., PETERKA J., REŽŇÁKOVÁ M., Postup a metody finančního plánování, *Podnikatelský plán*, s. 149

⁴⁰ Srov. KORÁB V., PETERKA J., REŽŇÁKOVÁ M., Plánování investic, *Podnikatelský plán*, s. 170

snaží předcházet negativním důsledkům možného vývoje konkrétních rizikových faktorů. V zásadě existují čtyři klíčové kroky řízení rizik. Identifikace rizikových faktorů, promyšlení toho, z jakých důvodů a příčin může dojít k zásadním změnám ve vývoji skutečnosti proti stanovenému plánu. Kvantifikace rizik, umožňuje odhadnout pravděpodobnost výskytu nechtěného faktoru a odvození možných důsledků. Plánování krizových scénářů, příprava strategií, postupů a procedur podniku v případě vzniku rizikového faktoru a monitoring, trvalá, průběžná kontrola faktorů souvisejících s rizikem.⁴¹

8.1 Analýza rizik podniku

Identifikace rizikových faktorů :

- riziko náhlé změny situace na trhu v důsledku vysoké míry nezaměstnanosti a oslabení kupní síly obyvatelstva
- riziko poklesu tržeb v důsledku změny situace na trhu
- riziko neplnění plánovaných obrátů v důsledku špatné analýzy trhu
- riziko útlumu poptávky v důsledku špatné propagace nabízených produktů a služeb,
- riziko útlumu poptávky v důsledku vstupu dominantního hráče na trh se silným finančním kapitálem a snahou o monopolní postavení na trhu
- riziko špatné okamžité likvidity v důsledku utopení prostředků v nadměrných skladových zásobách
- riziko nesprávně zvolených cen produktů a služeb, nízká produktivita v důsledku špatně nastavených marketingových cílů
- riziko neschopnosti splácet úvěr v důsledku poklesu tržeb
- riziko rostoucích nákladů – růst cen provozních nákladů a energií v důsledku vysoké inflace

⁴¹ Srov. KORÁB V., PETERKA J., REŽŇÁKOVÁ M., Hodnocení rizik, *Podnikatelský plán*, s. 89 - 94

- riziko poškození image podniku a ztráty zákazníků v důsledku nerovnováhy mezi kvalitou produktů a služeb a stanovenou cenou

Krizové scénáře :

- stanovení předpokládaného období propadu produkce a tržeb – rozhodnout zda se jedná o přechodný stav nebo o trvalé snížení a podle toho rozhodnout o dalších krocích
- určení prostředků ke splácení cizích zdrojů – krytí z rezervních fondů společnosti, sestavení krizového plánu financování závazků společnosti, předložení návrhů splátkových kalendářů věřitelům, ujednání a odpuštění úroků z prodlení v případě dodržování pravidelných splátek závazků
- zajištění stabilního výnosu z nájmu a snížení variabilních nákladů změnou užívání ubytovacího zařízení – vytvoření 3 samostatných malometrážních bytů
- zajištění stabilního výnosu z nájmu dočasný pronájem pohostinství firmě se silnějším kapitálovým zázemím a okamžitou likviditou
- prodej inventáře ubytovacího zařízení ke krytí splatných závazků podniku
- snížení fixních nákladů snížením počtu zaměstnanců pouze na 1 osobu, zbývající dva společníci nadále pouze jednatelé společnosti s nárokem na odměnu
- ponechat v provozu pouze pěstitelské pálení, které má nejvyšší předpokládaný objem tržeb, ke krytí fixních a variabilních nákladů provozovny a splácení dlouhodobého investičního úvěru
- výprodej skladových zásob ponechání pouze stav zásob nutný pro zajištění chodu zařízení

Monitoring:

- pravidelná kontrola vývoje trhu a ekonomiky – náhlé změny analyzovat a hledat možná řešení
- pravidelná kontrola výnosnosti a rentability podniku
- pravidelná kontrola využití aktiv – doba obratu zásob, pohledávek a stálých aktiv
- pravidelná kontrola likvidity podniku, okamžité i dlouhodobé, přijímání nápravných opatření v případě negativních zjištění

- kontrola odchylek plánovaných tržeb v realistické variantě od skutečnosti, zjišťování důvodů jejich vzniku
- pravidelná kontrola stavu zásob a jejich korekce podle provedených zjištění
- pravidelná kontrola plnění stanovených marketingových cílů, hledání důvodů jejich nenaplnění a přijímání nápravných opatření
- pravidelná kontrola fixních a variabilních nákladů, hledání vysvětlení vzniklých odchylek, průběžné provádění odpočtů stavu měřidel a porovnání plánu se skutečností

8.2 Finanční analýza podniku

Jednou z klíčových částí podnikatelského plánu je odhad tržeb a výnosů, jedná se o vstupní fázi finančního plánování, jejich prostřednictvím podnik získává finanční prostředky na svoje fungování.⁴² Vzhledem k tomu, že tržby za prodej výrobků a služeb jsou hlavní složkou výnosů podniku, je nutné jejich odhad velmi pečlivě plánovat, proto společnost JMS, spol. s r.o. zpracovala 3 varianty odhadu tržeb podniku a to variantu optimistickou, realistickou a pesimistickou (viz. příl. 9, s. 72).

Součástí finanční analýzy JMS, s.r.o. je počáteční rozvaha společnosti sestavená ke dni zahájení provozu (viz. příl. 10, s. 74), podkladem pro sestavení rozvahy je inventární soupis majetku sestavený ke dni zpracování zahajovací rozvahy (viz. příl. 11, s. 75) a výkaz o majetku a závazcích sestavený v roce zahájení provozu k 31.12. kalendářního roku (viz. příl. 12, s. 77).

Společnost JMS, spol. s r.o. dále zpracovala finanční plán předpokládaného vývoje aktiv společnosti včetně zdrojů krytí majetku ve zjednodušené rozvaze společnosti a dále předpokládaný vývoj nákladů a výnosů ve zjednodušeném výkazu zisku a ztrát na dobu 5-ti let (viz. příl. 13, s. 78), které vycházejí ze zpracovaného splátkového

⁴² Srov. KORÁB V., PETERKA J., REŽŇÁKOVÁ M., Odhad tržeb, *Podnikatelský plán*, s. 106

kalendáře investičního úvěru (viz. příl. 14, s. 79) a odhadu fixních a variabilních nákladů společnosti (viz. příl. 15, s. 83).

Ukazatele rentability v roce zahájení podnikatelské činnosti společnosti JMS, spol. s r.o.

$$\text{Rentabilita vlastního kapitálu} = \frac{\text{Podíl zisku po zdanění}}{\text{Vlastní kapitál}} = \frac{240.997,00}{540.997,00} = 0,45$$

$$\text{Rentabilita celkového kapitálu} = \frac{\text{Provozní zisk}}{\text{Vlastní kapitál + dlouh.závazky}} = \frac{527.663,00}{3.326.202,00} = 0,16$$

$$\text{Rentabilita tržeb} = \frac{\text{Zisk po zdanění}}{\text{Tržby}} = \frac{240.997,00}{2.223.390,00} = 0,11$$

Společnost JMS, spol. s r.o. ponechala ve svém finančním plánu čistý zisk po zdanění, ke tvorbě vlastních zdrojů podniku, proto v průběhu let dojde ke zvyšování vlastního kapitálu společnosti, který povede ke snižování rentability vlastního kapitálu společnosti. Růst rentability tržeb je znamením zlepšující se výtěžnosti tržeb společnosti.

Ukazatele zadluženosti JMS, spol. s r.o. v roce zahájení podnikatelské činnosti měří rozsah, v jakém podnik využívá k financování své činnosti dluh..

$$\text{Ukazatel zadluženosti} = \frac{\text{Dlouhodobé závazky}}{\text{Pasiva}} = \frac{2.785.205,00}{3.476.102,00} = 0,80$$

$$\text{Finanční páka} = \frac{\text{ROE}}{\text{ROA}} = \frac{0,45}{0,16} = 2,81$$

$$\text{Úrokové krytí} = \frac{\text{Provozní zisk}}{\text{Úroky}} = \frac{527.663,00}{203.296,00} = 2,60$$

Dlouhodobá zadluženost podniku je 80%, samofinancování tvoří 15,6%, úrokové krytí je 2,60 a finanční páka 2,81.

Ukazatele likvidity měří schopnost podniku hradit splatné závazky.

$$\text{Okamžitá likvidita} = \frac{\text{Krátkodobý finanční majetek}}{\text{Krátkodobé závazky}} = \frac{456.844,00}{150.000,00} = 3,00$$

$$\text{Okamžitá likvidita} = \frac{\text{Oběžná aktiva}}{\text{Krátkodobé závazky}} = \frac{1.431.096,00}{150.000,00} = 9,50$$

Důležitou informací pro management podniku je kvantifikace bodu zvratu, který stanovuje minimální objem produkce, který je nutný v podniku dosáhnout, aby nebyl ve ztrátě. Objem tržeb společnosti JMS, s.r.o. realistické varianty tržeb je 2.223.390,00 Kč, z toho fixní náklady jsou 1.453.141,00 Kč, variabilní náklady 416.282,00 Kč a tvoří 18,70 % nákladů produkce, využitelnost kapacit podniku je 50%.

Stanovení minimálního objemu produkce = FN + 0,187 x 2.223.390,00 Kč

Bod zvratu nebo-li minimální objem produkce pro krytí všech nákladů je 1.868.915,00 Kč

Bod zvratu se vypočítá podle vztahu $Q = \text{FN} / \text{Tržby} - \text{PVaN} \times \text{Tržby}$

FN – fixní náklady na období

Tržby – tržby za období

PVaN – procentní podíl variabilních nákladů na tržbách (ve tvaru indexu)

$$Q = 1.453.141,00 / 2.223.390,00 - 0,187 \times 2.223.390,00$$

$$Q = 0,81 \quad \text{Zisk} = 19\%$$

Minimální produkce společnosti JMS, Spol. s r.o. je 1.868.915,00 Kč, při současné produkci 2.223.390,00 Kč společnost produkuje 19% zisk při využití kapacity podniku na 50%.

9 ANALÝZA ZJIŠTĚNÍ

Úkolem provedené analýzy zjištění je zhodnocení plánovaného záměru společnosti JMS, spol. s r.o., zda je podnikatelský plán zasazený do současného tržního prostředí schopen konkurovat svoji nabídkou produktů a služeb na trhu.

Provedené analýzy ukázaly, že podnikatelský záměr je schopen v plánovaném rozsahu vstoupit na otevřený trh a konkurovat v nastaveném tržním prostředí nabídkou svých produktů a služeb, avšak pouze za předpokladu získání finanční podpory z Regionálního operačního programu Střední Morava, v opačném případě jsou počáteční investice na zahájení podnikání pro začínající podnik bez historie příliš vysoké a získání dlouhodobého investičního úvěru velmi obtížné, příslib finančních prostředků z Evropských fondů je pro finanční ústav zárukou dobře zpracovaného podnikatelského plánu, bez této garance je značně nepravděpodobné, že poskytovatel dlouhodobého investičního úvěru projekt začínající společnosti podpoří.

V průběhu prováděných šetření bylo zjištěno, že jedním z nejrizikovějších faktorů pro podnikatelský záměr je dlouhodobé zadlužení spojené s vysokými počátečními investicemi společnosti, v důsledku, kterého společnosti hrozí ztráta platební schopnosti krátkodobých závazků, nedostatek finančních zdrojů na zajištění obratu zásob a předlužení. Zpracovaný podnikatelský plán dále ukázal, že společnost si je tohoto rizika vědoma a její marketingový a finanční plán je nastaven tak, aby tomuto nežádoucímu stavu byla schopna předcházet.

Silnou stránkou podnikatelského záměru jsou plánované lidské zdroje, maticové uspořádání organizační struktury, s vysoce motivačními prvky, kdy všichni pracovníci jsou současně vlastníci společnosti a tedy jsou na tvorbě zisku a prosperitě podniku silně zainteresováni. Současně byly jednotlivé kompetence společníků rozděleny, tak aby každý pracovník odpovídal za vlastní úsek a současně bylo o klíčových otázkách rozhodováno většinovým názorem.

Rozhodující hrozbou plánovaného záměru je pak současná nestabilita vnějšího prostředí, kdy světová ekonomika prochází obrovskou recesí a vstup na trh v tomto období sebou nese velké riziko nenadálých změn a velkých výkyvů plánovaných očekávání od skutečnosti

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo nalézt odpovědi na otázky zda podnikatelský plán společnosti JMS, spol. s r.o. je realizovatelný, zda je plánovaný záměr podniku konkurence schopný a zda má podnikatelský záměr šanci prosadit se svoji nabídkou produktů a služeb na otevřeném konkurenčním trhu.

Podnikatelský plán odhalil úskalí plánovaného záměru, upozornil na jeho silné a slabé stránky, zejména pak na složitou ekonomickou situaci na světových trzích, na množství negativních faktorů s tímto nepříznivým vývojem spojených, pokles HDP, zvyšující se míra nezaměstnanosti, klesající kupní síla obyvatelstva, zvyšující se míra zadlužení domácností atd., přičemž závěrem konstatoval, že stanovené indikátory povedou ke globálnímu útlumu poptávky po zboží.

Podnikatelský plán ukázal, že zahájení podnikání v kontextu současné situace na trhu je značně riskantním krokem a míra rizika, zejména vzhledem k vysokým počátečním investicím a rozsahu plánované podnikatelské činnosti, nepřiměřená a to, přestože analýzou zjištění bylo konstatováno, že podnikatelský záměr JSM, spol. s r.o. je konkurenceschopný, rozsah nabízených produktů a služeb podniku má dle provedených šetření předpoklady nalézt na trhu své specifické místo a zpracovaný marketingový plán podniku je schopen oslovit potencionální zákazníky a zajistit poptávku po nabízených produktech a službách stálou klientelou spotřebitelů.

Přestože, podnikatelský plán naplnil všechny předpoklady a strategické cíle pro zahájení plánovaného podnikatelského záměru, doporučujeme po vyhodnocení všech zjištění financování podnikatelského záměru společnosti JMS, spol. s r.o. odložit o jeden až dva roky, poté provést nové zhodnocení situace na trhu a přijmout nová rozhodnutí z pohledu konkrétního stavu ekonomiky a trhu v daném čase.

Podnikatelský plán navrhuje využít přechodné období k založení společnosti a dále s ohledem na útlum poptávky na trhu s nemovitostmi, zahájit jednání ve věci prodeje pozemku na výstavbu provozovny s vlastníkem, pozemek je možno s ohledem na dnešní situaci získat za velmi výhodných podmínek, současně tato transakce umožní podniku vhodně uložit volný kapitál společnosti a zabránit tak jeho znehodnocování, v důsledku vývoje ekonomiky.

ANOTACE

Příjmení a jméno autora:	Šárka Seifertová
Instituce:	Ústav managementu a marketingu Moravské vysoké školy v Olomouci
Název práce:	Podnikatelský záměr Stylový hostinec včetně turistické ubytovny a pálenice Loštice
Vedoucí práce:	RNDr. Ing. Miroslav Rössler, CSc., MBA
Počet stran:	86
Počet příloh:	15
Rok obhajoby:	2009
Klíčová slova:	podnikatelský plán, analýza, podnik, podnikání, tržby, náklady a výnosy, finanční plán

Záměrem bakalářské práce je nalezení odpovědí na klíčové otázky podnikatelského plánu v kontextu konkrétního podniku zasazeného do tržního prostředí a to „Kde se podnik v současné chvíli nachází?“, „Jakých cílů chce svým podnikáním dosáhnout a jakým způsobem?“, přičemž bakalářská práce vychází z přesné definice, čeho chce nově založený podnik zahajující podnikatelskou činnost v rámci svého podnikatelského záměru docílit, analyzuje současnou situaci vnitřního i vnějšího prostředí podniku a hledá nejvhodnější varianty řešení pro dosažení vytyčených cílů.

The purpose of the thesis is to find answers for some key questions of business plan in the context of particular company embedded to market surroundings. These questions are : 'Where is the company situated now? Which aims does it want to reach by its business and how? ' The thesis is based on the precise definition - what does the new company, starting its business activity, want to achieve; it analyses the present situation of inside and outside surroundings of the company and it looks for the most suitable solutions to reach the arranged goals.

SEZNAM LITERATURY

- ABRAMS, Rhonda, *Obchodní plán*, Praha : Nakladatelství PRAGMA, 2007. 189 s. ISBN 978-80-7349-052-2, Orig.: Business Plan in Day přeložil David Sajvera
- BĚLOHLÁVEK, František, KOŠTÁL, Pavol, ŠULEŘ, Oldřich, I. vydání, Olomouc: Rubico, 2001. 642 s. ISBN 80-85839-45-8
- BLAŽKOVÁ, Martina, *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*, 1. vydání, Praha : Grada Publishing, a.s., 2007. 278 s. ISBN 978-80-247-1535-3
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, *Struktura průměrné hrubé měsíční mzdy v regionech*, [online], dostupné na [www <http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/p/3109-08>](http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/p/3109-08)
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, *HDP, národní účty*, [online], dostupné na [www http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/hdp_narodni_ucty](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/hdp_narodni_ucty)
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, *Míra inflace*, [online], dostupné na http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mira_inflace
- ČT24, *Spotřeba alkoholu v ČR za posledních 70 let trojnásobně vzrostla*, [online], dostupné na [www <http://www.ct24.cz/relax/29000-spotreba-alkoholu-v-cr-za-poslednich-70-let-trojnashobne-vzrostla/>](http://www.ct24.cz/relax/29000-spotreba-alkoholu-v-cr-za-poslednich-70-let-trojnashobne-vzrostla/)
- DUHÁŇ, Š., *Statistika nezaměstnanosti* [online], dostupné na [www <http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/mes>](http://portal.mpsv.cz/sz/stat/nz/mes)
- KOLEKTIV, *Základy marketingu*, 1. dotisk 3. vydání, Praha: Vysoká škola ekonomická, fakulta podnikohospodářská, 2007. 220 s. ISBN 978-80-245-1169-6
- KORÁB, Vojtěch, PETERKA, Jiří, REŽŇÁKOVÁ Mária, *Podnikatelský plán*, 1. vydání, Brno : Computer Press, a.s., 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0
- MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, ODBOR EKONOMICKÝCH ANALÝZ, *Analýza vývoje ekonomiky ČR a odvětví v působnosti MPO za 1. pololetí 2008*, [online], dostupné na [www <http://www.mpo.cz/dokument47753.html>](http://www.mpo.cz/dokument47753.html)
- POZIČNÍ DOKUMENT ČR KE KAPITOLE 7 - ZEMĚDĚLSTVÍ, [online], <http://ekolist.cz/eu-cr-pozicdok-zemed.htm>
- RADA PRO VÝZKUM A VÝVOJ, *Reforma systému výzkumu, vývoje a inovací v České republice*, [online], dostupné na [www <http://www.vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekce=495405>](http://www.vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekce=495405)

REGIONÁLNÍ OPERAČNÍ PROGRAM REGIONU SOUDRŽNOSTI STŘEDNÍ MORAVA VERZE 12 2007 - 2013 [online], dostupné na www <http://www.rr-strednimorava.cz/upload.cs/c/c646ca74_0_rop_sm_verze_12.pdf>

SINGER, M., *Finanční krize: příčiny a možné dopady na českou ekonomiku*, [online], <http://www.cnb.cz/m2export/sites/www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/konference_projevy/vystoupeni_projevy/download/Singer_20081029_Appia.pdf>

SVAZEK OBCÍ MIKROREGIONU MOHELNICKO, CENTRUM PRO KOMUNITNÍ PRÁCI STŘEDNÍ MORAVA, *Situační analýza Strategie Mikroregionu Mohelnicko*

ZÁKONY 2008 – I., Český Těšín: PORADCE, s.r.o., Štefánkova 2, 737 01 Český Těšín, 2008. 752 s. ISBN 978-80-7365-297-5

SEZNAM ZKRATEK

ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DPZF	Daň z příjmu ze závislé činnosti a funkčních požitků
DPH	Daň z přidané hodnoty
DPPO	Daň z příjmu právnických osob
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
IČ	Identifikační číslo
MM	Mikroregion Mohelnicko
OK	Olomoucký kraj
OR	Obchodní rejstřík
PO	Právnická osoba
PÚ	Podvojný účetnictví
RS	Region soudržnosti
SPOL. S R.O.	Společnost s ručením omezeným
VH	Valná hromada
ŽL	Živnostenský list
ŽO	Živnostenské oprávnění
ŽÚ	Živnostenský úřad

SEZNAM TABULEK

Tab. 1 - Ukazatele cestovního ruchu v regionu soudržnosti Střední Morava	18
Tab. 2 - Počet ovocných stromů a keřů v ČR	20
Tab. 3 - Operační plán	36

SEZNAM PŘÍLOH

Příl. 1 – Návrh společenské smlouvy s.r.o.	51
Příl. 2 – Formulář pro zápis s.r.o. do OR	55
Příl. 3 – Soupis povinných příloh k formuláři zápisu s.r.o. do OR	61
Příl. 4 - Jednotný registrační formulář pro ohlášení živnostenských oprávnění PO	65
Příl. 5 – Projekt provozovny JMS, spol. s r.o.	67
Příl. 6 – Mapa Olomouckého kraje	69
Příl. 7 – Trh konkurence pěstitelské pálení	70
Příl. 8 – Audit zdrojů	71
Příl. 9 – Tržby z prodeje	73
Příl. 10 – Rozvaha sestavená ke dni zahájení podnikatelské činnosti	75
Příl. 11 - Inventurní soupis majetku ke dni sestavení zahajovací rozvahy	76
Příl. 12 – Výkaz zisku a ztráty sestavený v roce zahájení provozu k 31.12.	78
Příl. 13 – Finanční plán JMS, spol. s r.o.	79
Příl. 14 – Dlouhodobý investiční úvěr na zřízení provozovny	80
Příl. 15 – Fixní a variabilní náklady	83

Společenská smlouva o založení společnosti s ručením omezeným

dle zákona č. 513/91 Sb. pro společné provozování podnikatelské činnosti pod
obchodním jménem

Níže uvedeného dne, měsíce a roku se zakladatelé:

Jiří Bálek, bytem Vejmolý č.p. 762, 789 83 Loštice, nar. 10.10.1977

Miroslav Havelka, Vejmolý č.p. 419, 789 83 Loštice, nar. 03.12.1977

a

Šárka Seifertová, bytem Třeština č.p. 126, 789 73 Úsov, nar. 27.10.1973

dohodli o

založení společnosti s ručením omezeným

Článek I.

Obchodní název, sídlo

1. Obchodní název společnosti: JMS, s.r.o.
2. Sídlo společnosti: Vejmolý č.p. 419, 789 83 Loštice

Článek II.

Předmět podnikatelské činnosti

Předmětem podnikání společnosti je :

- hostinská činnost
- ubytovací služby
- pěstitelské pálení
- pronájem a půjčování věcí movitých

Článek III.

Základní jmění, obchodní podíly

1. Hodnota základního jmění společnosti je 300.000,00 Kč (slovy třístatisíc korun českých).
2. Vklady společníků:
 - Jméno a příjmení Jiří Bálek 100.000,00 Kč
 - Jméno a příjmení Miroslav Havelka 100.000,00 Kč
 - Jméno a příjmení Šárka Seifertová 100.000,00 Kč
3. Zakladatelé se zavazují splatit před podáním návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku 100 % svých vkladů, a to u peněžního ústavu v České spořitelně, a.s. na vinkulovaný účet zřízený za tímto účelem.
4. Vklady společníků se stávají majetkem společnosti dnem zápisu společnosti do obchodního rejstříku.
5. Správou vkladů je pověřen Jiří Bálek.
6. Obchodní podíl představuje účast společníka na společnosti a z této účasti plynoucí práva a povinnosti, jeho výše se určuje podle poměru vkladu společníka k základnímu kapitálu společnosti

Příl. 1 - pokračování

7. Každý společník může mít na společnosti pouze jeden obchodní podíl. Převzme-li společník obchodní podíl jiného společníka nebo vnese-li společník další vklad, zvýší se tím dosavadní obchodní podíl o hodnotu převzatého obchodního podílu nebo vneseného vkladu.
8. Společník může převést svůj obchodní podíl na jiného společníka pouze se souhlasem valné hromady, smlouva o převodu obchodního podílu musí mít písemnou formu a nabyvatel pokud není společníkem, v ní musí prohlásit, že přistupuje ke společenské smlouvě
9. Účinky převodu obchodního podílu vůči společnosti nastávají dnem doručení účinné smlouvy o převodu.
10. Obchodní podíl nepřechází na dědice, obchodní podíl zemřelého společníka přechází na společnost, o převodu a vypořádání obchodního podílu rozhoduje valná hromada nejpozději do 6 měsíců od úmrtí společníka a to buď snížením základního kapitálu společnosti o obchodní podíl zemřelého společníka nebo převzetím obchodního podílu zemřelého společníka ostatními společníky v poměru svých obchodních podílů za úplatu ve výši vypořádacího podílu.

Článek IV.

Jednání a podepisování za společnost

1. Statutárním orgánem společnosti je jeden nebo více jednatelů, tyto jsou oprávněni jednat a podepisovat jménem společnosti, přičemž se vyžaduje vždy souhlas pana Jiřího Báalka a většiny jednatelů.
2. Podepisování za společnost se děje tak, že pan Jiří Bálek a většina jednatelů připojí svůj podpis k vytištěnému nebo napsanému obchodnímu názvu společnosti.
3. Pro jednatele společnosti platí ustanovení § 136 obchodního zákoníku o zákazu konkurence

Článek V.

Orgány společnosti

1. Valná hromada:
 1. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, která je tvořena všemi společníky společnosti.
 2. Valná hromada jmenuje jednoho nebo více jednatelů, přičemž jim upraví způsob jednání a jejich pravomoci. Jednateli byly ustanoveni Jiří Bálek, trvale bytem Vejmolý č.p. 762, 789 83 Loštice, nar. 10.10.1977, Miroslav Havelka, trvale bytem Velmolý č.p. 419, 789 83 Loštice, nar. 03.12.1977 a Šárka Seifertová, trvale bytem Třeština č.p. 126, 789 73 Úsov, nar. 27.10.1973
 3. Valná hromada zasedá podle potřeb, minimálně však 1x ročně.
 4. Valná hromada volí svého předsedu a zapisovatele, do zvolení předsedy řídí valnou hromadu jednatel, sčítání hlasů provádí předsedající.
 5. Zápis z valné hromady podepisuje předseda valné hromady a zapisovatel.

Příl. 1 - pokračování

6. Do působnosti valné hromady přísluší vše podle ustanovení obchodního zákoníku.
7. Valná hromada si může vyhradit právo rozhodovat o otázkách, které jinak náleží do pravomoci jiných orgánů společnosti.
8. Každý společník má jeden hlas za každých 1.000,00 Kč, svého vkladu.
9. Valnou hromadu svolává písemnou pozvánkou s uvedením pořadu jednání kterýkoli z jednatelů společnosti a to tak, aby pozvánka byla doručena alespoň 15 dnů předem.
10. Usnesení valné hromady může být ve výjimečných případech nahrazeno písemným prohlášením všech společníků, že se zamýšleným rozhodnutím souhlasí. Takovéto rozhodnutí musí být pojata do zápisu na nejbližší valné hromadě.
11. Valná hromada je schopná usnášení, jsou-li přítomni společníci, kteří mají alespoň dvě třetiny všech hlasů.
12. Valná hromada vždy rozhoduje alespoň dvoutřetinovou většinou všech hlasů společníků, u rozhodnutí podle § 125 odst. 1 písm. c), d), e) a j) obchodního zákoníku a o zrušení společnosti s likvidací musí být pořízen notářský zápis
13. Valná hromada může rozhodnout o vytvoření dalších orgánů.

2. Jednatelé zejména:

1. zajišťují obchodní vedení společnosti, jsou povinni vést seznam společníků a informovat společníky o záležitostech společnosti.
2. rozhodují o konkrétních záměrech společnosti, navrhuji koncepci rozvoje a zásady hospodaření společnosti, včetně tvorby a využití fondů společnosti
3. zabezpečují vypracování roční účetní závěrky a navrhuji rozdělení zisku nebo ztráty
4. zajišťují řádné vedení účetnictví a obchodních knih, svolávání řádných a mimořádných zasedání valné hromady. Mimořádnou schůzi valné hromady jsou povinni svolat, jestliže zjistí, že společnost ztratila jednu třetinu základního jmění, je-li společnost platebně neschopna po dobu delší než tři měsíce nebo požádají-li o to písemně společníci, jejichž obchodní podíl tvoří nejméně 10% základního jmění společnosti.
5. Jednatelé jmenuje valná hromada a stanovuje jeho/jejich vzájemné působení a dělbu pravomoci a odpovědnosti. Jednatelé jsou řídicí a statutární orgán společnosti, jenž zajišťuje provádění podnikatelské činnosti, organizuje práci společnosti a vykonává zaměstnavatelská práva.
6. Jednatel je povinen zajistit vyhotovení zápisu z jednání valné hromady a zaslat jej na náklady společnosti bez zbytečného odkladu všem společníkům.
7. Jednatelé zabezpečují a kontrolují plnění usnesení valné hromady, pravidelně jí podávají zprávy o činnosti společnosti a odpovídají za tuto činnost. Jednatelé jsou oprávněni rozhodovat o všech věcech, které touto smlouvou nebo obecně závazným předpisem nejsou vyhrazeny jiným orgánům.

Článek VI.
Fondy společnosti, účetnictví, výkazy

1. Společnost vytvoří rezervní fond z prvního čistého zisku společnosti. Výše rezervního fondu při jeho vytvoření činí 10 % z čistého zisku vykázaného v řádné účetní závěrce za rok, v němž poprvé čistý zisk vytvoří, avšak ne více než 5% z hodnoty základního kapitálu. Rezervní fond se doplňuje přidělem ze zisku ve výši 5% z čistého zisku, a to až do doby, kdy rezervní fond dosáhne 50% základního jmění.
2. Společnost vede účetnictví v souladu se zákonem o účetnictví č. 563/1991 Sb v jeho platném znění a vyhlášky č. 500/2002 Sb. v jejím platném znění. Účetní závěrka se provádí jednou ročně k 31.12. příslušného roku s tím, že bude předložena valné hromadě do 15.03. následujícího roku. Roční závěrka schválená valnou hromadou je podkladem pro její rozhodnutí o použití čistého zisku společnosti.
3. Obchodní rok společnosti je totožný s rokem kalendářním.

Článek VII.
Závěrečná ustanovení

1. Do doby zápisu společnosti do obchodního rejstříku ručí zakládající společníci za závazky převzaté jménem společnosti společně a nerozdílně.
2. V ustanoveních, která tato společenská smlouva vysloveně neřeší, se práva a povinnosti společnosti a společníků řídí zákonem č. 513/1991 Sb. obchodní zákoník v jeho platném znění.
3. Tato smlouva se vyhotovuje v 4 vyhotoveních.

V Lošticích dne

V Lošticích dne

V Lošticích dne

.....
Jiří Bálek

.....
Miroslav Havelka

.....
Šárka Seifertová

Návrh na zápis nebo zápis změny zapsaných údajů do obchodního rejstříku

I. REJSTŘÍKOVÝ SOUD

1 Adresa rejstříkového soudu

Krajský/městský soud v			
Ulice			
Číslo domu		PSC	

Místo pro nalepení kolkových známek

II. NAVRHOVATEL

2 Jméno a příjmení nebo Obchodní firma či název + IČ	3 Adresa bydliště nebo sídla			
	Obec a u zahraničních osob i stát	Ulice	Číslo domu	PSC

(a)

Strana návrhu

III.
SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM – údaje o společnosti, již se návrh týká

4 Obchodní firma			
5 Adresa sídla			
6 Identifikační číslo		Kód ID RZP	
7 Rejstříkový soud			
8 Spisová značka	Oddíl		Vložka
9 Požadovaná akce			
<input type="checkbox"/> prvozápis	<input type="checkbox"/> změna	<input type="checkbox"/> změna právní formy	<input type="checkbox"/> rozdělení <input type="checkbox"/> fúze <input type="checkbox"/> převod jmění

IV.
NÁVRH NA ZÁPIS
Navrhuji zapsat do obchodního rejstříku tyto zapisované údaje nebo jejich změnu či výmaz:

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
10 Obchodní firma		Zapsat ke dni: <input style="width: 50px;" type="text"/>
11 Cizojazyčný název		Zapsat ke dni: <input style="width: 50px;" type="text"/>
12 Adresa sídla		Zapsat ke dni: <input style="width: 50px;" type="text"/>
Obec		
Část obce		
Ulice		
Číslo domu		
PSČ		
Stát		
13 Identifikační číslo		Zapsat ke dni: <input style="width: 50px;" type="text"/>
Právní forma	Společnost s ručením omezeným	
14 Doplňující text za právní formu		Zapsat ke dni: <input style="width: 50px;" type="text"/>

(b)

Strana návrhu

Příl. 2 - pokračování

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
15 Předměty podnikání		Zapsat ke dni: <input data-bbox="1209 443 1358 472" type="text"/>
16 Předměty činnosti		Zapsat ke dni: <input data-bbox="1209 1144 1358 1173" type="text"/>

(c)

Strana návrhu

Příl. 2 - pokračování

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Statutární orgán		
17 Jednatel – fyzická osoba „A“		Zapsat ke dni: <input type="text"/>
Funkce		
Titul		
Jméno		
Příjmení		
Titul za jménem		
Rodné číslo nebo datum narození		
18 Adresa bydliště		
Obec		
Část obce		
Ulice		
Číslo domu		
PSC		
Stát		
19 Den vzniku funkce		
20 Den zániku funkce		
21 Doplnující text		
17 Jednatel – fyzická osoba „B“		Zapsat ke dni: <input type="text"/>
Funkce		
Titul		
Jméno		
Příjmení		
Titul za jménem		
Rodné číslo nebo datum narození		
18 Adresa bydliště		
Obec		
Část obce		
Ulice		
Číslo domu		
PSC		
Stát		
19 Den vzniku funkce		
20 Den zániku funkce		
21 Doplnující text		

(d)

Strana návrhu

Příl. 2 - pokračování

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Statutární orgán		
17 Jednatel – fyzická osoba		Zapsat ke dni: <input type="text"/>
Funkce		
Titul		
Jméno		
Příjmení		
Titul za jménem		
Rodné číslo nebo datum narození		
18 Adresa bydliště		
Obec		
Část obce		
Ulice		
Číslo domu		
PSC		
Stát		
19 Den vzniku funkce		
20 Den zániku funkce		
21 Doplnující text		
22 Společný text ke všem jednatelům		Zapsat ke dni: <input type="text"/>

(e)

Strana návrhu

Příl. 2 - pokračování

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Likvidátor		
23 Likvidátor „A“		Zapsat ke dni: <input type="text"/>
Titul		
Jméno		
Příjmení		
Titul za jménem		
Rodné číslo nebo datum narození		
24 Adresa bydliště		
Obec		
Část obce		
Ulice		
Číslo domu		
PSC		
Stát		
25 Doplnující text		
23 Likvidátor „B“		Zapsat ke dni: <input type="text"/>
Titul		
Jméno		
Příjmení		
Titul za jménem		
Rodné číslo nebo datum narození		
24 Adresa bydliště		
Obec		
Část obce		
Ulice		
Číslo domu		
PSC		
Stát		
25 Doplnující text		
26 Společný text ke všem likvidátorům		Zapsat ke dni: <input type="text"/>
(f)	Strana návrhu	<input type="text"/>

Přehled příloh k formuláři č. 9 společnost s ručením omezeným:

IV. Návrh na zápis

Základní údaje

Skutečnosti zapisované v části základní údaje se dokládají:

- a) společenská smlouva nebo zakladatelská listina ve formě notářského zápisu,
- b) oprávnění k podnikatelské činnosti,
- c) listina osvědčující právní důvod užívání místností, a to výpis z katastru nemovitostí ne starší 3 měsíců osvědčující vlastnické právo k prostorám, do nichž společnost umístila své sídlo, a pokud není vlastníkem, souhlas (spolu)vlastníka těchto prostor, nebo správce zmocněného k udělení souhlasu s umístěním sídla a zmocnění tohoto správce
- d) kopie rozhodnutí správního úřadu vydaného podle zvláštního zákona s vyznačenou doložkou právní moci.

Statutární orgán

Skutečnosti zapisované v části statutární orgán se dokládají:

- a) zápis o usnesení valné hromady o jmenování nebo odvolání jednatele,
- b) prohlášení jednatele o odstoupení z funkce a doklad o jeho doručení
- c) při zápisu jednatele – občana ČR do obchodního rejstříku: výpis z Rejstříku trestů ne starší 3 měsíců,
- d) při zápisu jednatele – občana jiného členského státu Evropské unie: výpis z evidence trestů nebo rovnocenný doklad státu, jehož je jednatel občanem, vydaným příslušným soudním nebo správním orgánem. Jestliže tento stát příslušný výpis z evidence trestů nebo rovnocenný doklad nevydává, předloží se čestné prohlášení učiněné jednatelům před notářem nebo orgánem členského státu Evropské unie, jehož je občanem, nebo členského státu Evropské unie posledního pobytu,
- e) při zápisu jednatele, který není občanem ČR ani jiného členského státu Evropské unie: výpis z Rejstříku trestů ne starší 3 měsíců a výpis z evidence trestů nebo odpovídající doklad státu, jehož je jednatel občanem a státy, ve kterých se po dobu nepřetržitě alespoň 3 měsíců zdržoval v posledních 3 letech; tyto doklady nesmí být starší 3 měsíců,
- f) čestné prohlášení jednatele, že
 - 1) je plně způsobilý k právním úkonům,
 - 2) splňuje podmínky provozování živnosti podle § 6 zák. č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů, a nenastala u něho skutečnost, jež je překážkou provozování živnosti dle § 8 zák.č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů
 - 3) splňuje podmínky podle § 38l obchodního zákoníku;
 - 4) podpis musí být úředně ověřen,
- g) pravomocné rozhodnutí soudu nebo správního úřadu dokládající, že jednatel přestal splňovat některou z podmínek způsobilosti pro výkon funkce jednatele, v důsledku čehož mu zanikla jeho funkce jednatele,

Likvidátor

Skutečnosti zapisované v části likvidátor se dokládají:

- a) doklad o jmenování likvidátora,

- b) doklad o zániku funkce likvidátora,
- c) čestné prohlášení likvidátora, že splňuje podmínky podle § 381 obchodního zákoníku; podpis musí být úředně ověřen.

Prokura

Skutečnosti zapisované v části prokura se dokládají:

- a) listiny o vzniku, zániku, rozšíření nebo zúžení prokury,
- b) doklad o jmenování prokuristy,
- c) čestné prohlášení prokuristy, že splňuje podmínky podle § 381 obchodního zákoníku; podpis musí být úředně ověřen.

Dozorčí rada

Skutečnosti zapisované v části dozorčí rada se dokládají:

- a) zápis o usnesení valné hromady o zvolení nebo odvolání člena dozorčí rady,
- b) prohlášení člena dozorčí rady o odstoupení z členství v dozorčí radě, doklad o jeho doručení a projednání odstoupení příslušným orgánem společnosti
- c) při zápisu člena dozorčí rady – občana ČR do obchodního rejstříku: výpis z Rejstříku trestů ne starší 3 měsíců,
- d) při zápisu člena dozorčí rady – občana jiného členského státu Evropské unie: výpis z evidence trestů nebo rovnocenný doklad státu, jehož je člen dozorčí rady občanem vydaným příslušným soudním nebo správním orgánem. Jestliže tento stát příslušný výpis z evidence trestů nebo rovnocenný doklad nevydává, předloží se čestné prohlášení učiněné členem dozorčí rady před notářem nebo orgánem členského státu Evropské unie, jehož je občanem, nebo členského státu Evropské unie posledního pobytu,
- e) při zápisu člena dozorčí rady, který není občanem ČR ani jiného členského státu Evropské unie: výpis z Rejstříku trestů a výpis z evidence trestů nebo odpovídající doklad státu, jehož je člen dozorčí rady občanem a státy, ve kterých se po dobu nepřetržitě alespoň 3 měsíců zdržoval v posledních 3 letech; tyto doklady nesmí být starší 3 měsíců,
- f) čestné prohlášení člena dozorčí rady, že
 - 1) je plně způsobilý k právním úkonům,
 - 2) splňuje podmínky provozování živnosti podle § 6 zák. č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů, a nenastala u něho skutečnost, jež je překážkou provozování živnosti dle § 8 zák.č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů
 - 3) splňuje podmínky podle § 381 obchodního zákoníku,
 - 4) podpis musí být úředně ověřen,
- g) pravomocné rozhodnutí soudu nebo správního úřadu dokládající, že člen dozorčí rady přestal splňovat některou z podmínek způsobilosti pro členství v dozorčí radě, v důsledku čehož mu zaniklo jeho členství v dozorčí radě.

Společníci, Společný obchodní podíl

Skutečnosti zapisované v části společníci nebo společný obchodní podíl se dokládají:

- a) notářský zápis o rozhodnutí valné hromady o změně obsahu společenské smlouvy nebo zakladatelské listiny,
- b) smlouvu o převodu obchodního podílu nebo jeho části,
- c) smlouvu o zastavení obchodního podílu,

Příl. 3 – pokračování

- d) listina osvědčující přechod obchodního podílu (např. pravomocného usnesení dědického soudu),
- e) listina osvědčující zánik zástavního práva k obchodnímu podílu,
- f) notářský zápis o rozhodnutí valné hromady, kterým byl udělen souhlas ke vzniku zástavního práva,
- g) notářský zápis o rozhodnutí valné hromady, kterým byl udělen souhlas s převodem obchodního podílu,
- h) notářský zápis o rozhodnutí valné hromady, kterým byl udělen souhlas s rozdělením obchodního podílu,
- i) dohoda společníků o ukončení účasti některého z nich ve společnosti podle § 149a obchodního zákoníku;
- j) pokud je společníkem zahraniční právnická osoba, doklad o její existenci
- k) listina osvědčující jinou změnu zapisovaného údaje (např. při změně bydliště fotokopie občanského průkazu).

Základní kapitál

Skutečnosti zapisované v části základní kapitál se dokládají:

- a) doklad(y) o splnění vkladové povinnosti,
- b) usnesení soudu o jmenování znalce podle § 59 odst. 3 obchodního zákoníku,
- c) posudek/posudky znalce o ocenění nepeněžitých vkladů,
- d) _doklady _splacení vkladů ve smyslu § 60 odst. 2 a 4 obchodního zákoníku,
- e) notářský zápis o rozhodnutí valné hromady o zvýšení základního kapitálu
- f) prohlášení o převzetí závazku ke zvýšení vkladu nebo k novému vkladu
- g) potvrzení auditora o existenci pohledávky započítávané na vklad společníka, včetně dokladu prokazujícího právní důvod vzniku pohledávky,
- h) smlouva o započtení pohledávky
- i) notářský zápis o rozhodnutí valné hromady o snížení základního kapitálu
- j) doklad o zveřejnění rozhodnutí valné hromady o snížení základního kapitálu podle § 147 odst. 1 obchodního zákoníku

Ostatní skutečnosti

Informace, sdělení a návrhy rejstříkovému soudu obsažená v ostatních skutečnostech. se dokládají listinami jen tehdy, je-li to podle zvláštního zákona povinné anebo chce-li tak navrhovatel učinit dobrovolně z vlastní vůle.

Odštěpný závod nebo jiná organizační složka

Skutečnosti zapisované v části odštěpný závod nebo jiná organizační složka se dokládají:

- a) rozhodnutí o zřízení nebo o zrušení odštěpného závodu nebo jiné organizační složky,
- b) rozhodnutí o jmenování nebo odvolání nebo o jiném způsobu skončení výkonu funkce vedoucího odštěpného závodu nebo jiné organizační složky,

VII. Závěrečná část

Je-li společnost s ručením omezeným v řízení o zápis do obchodního rejstříku zastoupena advokátem, notářem nebo jiným zástupcem, vždy se přikládá:

- plná moc; podpis(y) osob(y), které ji jménem společnosti s ručením omezeným udělily, musí být úředně ověřeny.

Příl. 3 – pokračování

Jestliže se v rámci zápisu společnosti s ručením omezeným zapisují do obchodního rejstříku jiné fyzické nebo právnické osoby, musí navrhovatel doložit:

- a) písemné prohlášení, z něhož plyne souhlas zapisované fyzické nebo právnické osob(y) se zápisem nebo změnou zápisu do obchodního rejstříku; podpis(y) na prohlášení musí být úředně ověřen(y); nebo
- b) veřejnou listinu, z níž plyne souhlas této osoby s jejím zápisem do obchodního rejstříku.

Je-li navrhovatelem zahraniční osoba, musí navrhovatel přiložit sdělení o doručovací adrese na území České republiky nebo zmocněnce pro přijímání písemností s doručovací adresou v České republice.

Příl. 4 - Jednotný registrační formulář pro ohlášení živnostenských oprávnění
právnícké osoby



**JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ
FORMULÁŘ**

PRÁVNICKÁ OSOBA

podací razítko

ČÁST A - PODNIKATEL

01 Podnikatel

a) Obchodní firma / název právnické osoby ¹⁾	
b) právní forma	c) identifikační číslo

02 Sídlo

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

03 Předmět podnikání (u živnosti volně vyznačte čísla oborů činnosti na seznamu)

- ve smyslu § 45 resp. § 50 živnostenského zákona ohlašují resp. žádám o koncesi pro předmět podnikání

a) Pořadové číslo 1.			
b) datum vzniku živnostenského oprávnění		c) datum zahájení provozování živnosti	
d) datum ukončení provozování živnosti ¹⁾			

04 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) státní občanství	f) datum narození	g) rodné číslo	

05 Bydliště / pobyt ²⁾člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

06 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) státní občanství	f) datum narození	g) rodné číslo	

07 Bydliště / pobyt ²⁾člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

08 Odpovědný zástupce

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) státní občanství	f) rodné příjmení	g) datum narození	h) rodné číslo
i) místo narození	j) okres	k) stát	l) pohlaví ²⁾ žena / muž ¹⁾

09 Bydliště odpovědného zástupce

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

10 Pobyt odpovědného zástupce na území ČR (pro zahraniční osoby)

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) okres	

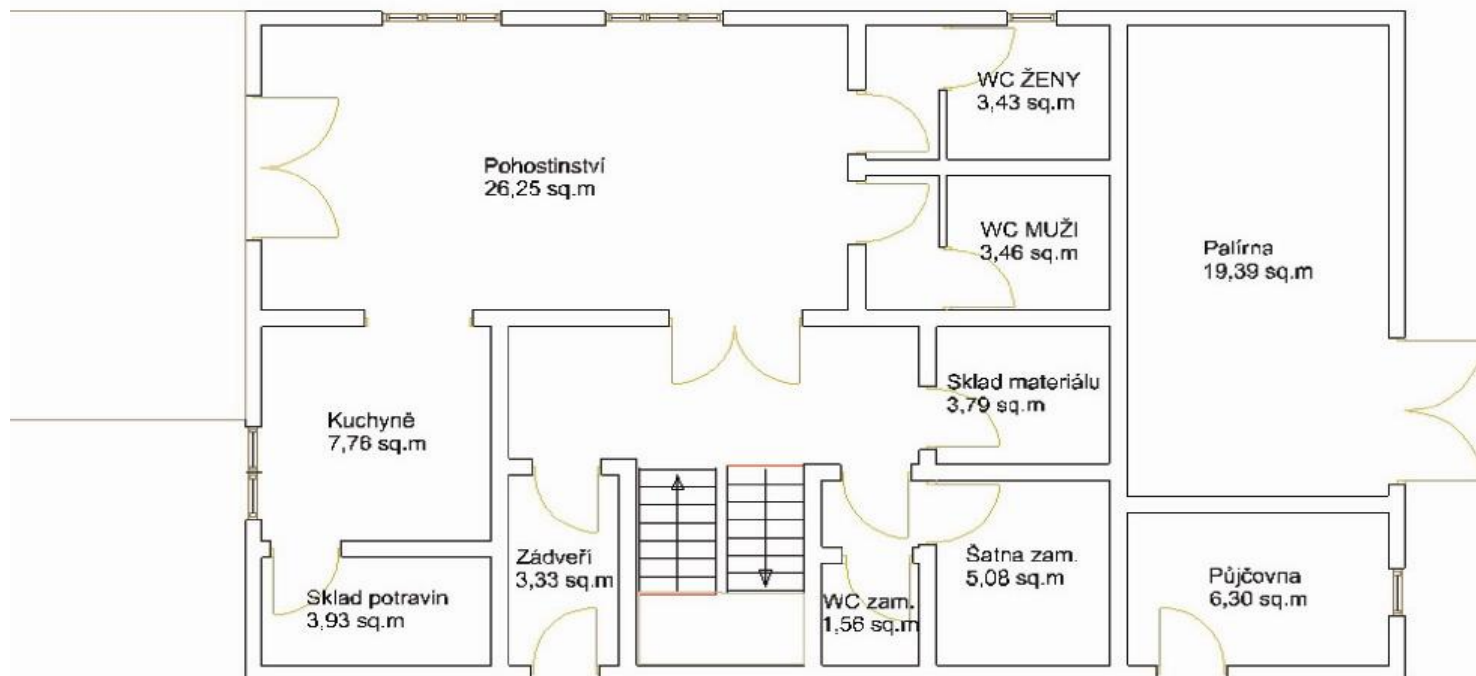
¹⁾ vyplní se, pokud PO zamýšlí provozovat živnost na dobu určitou
MPO PO – vzor č. 03 (072008)

²⁾ vyplní se u cizího státního příslušníka, který nemá přiděleno rodné číslo

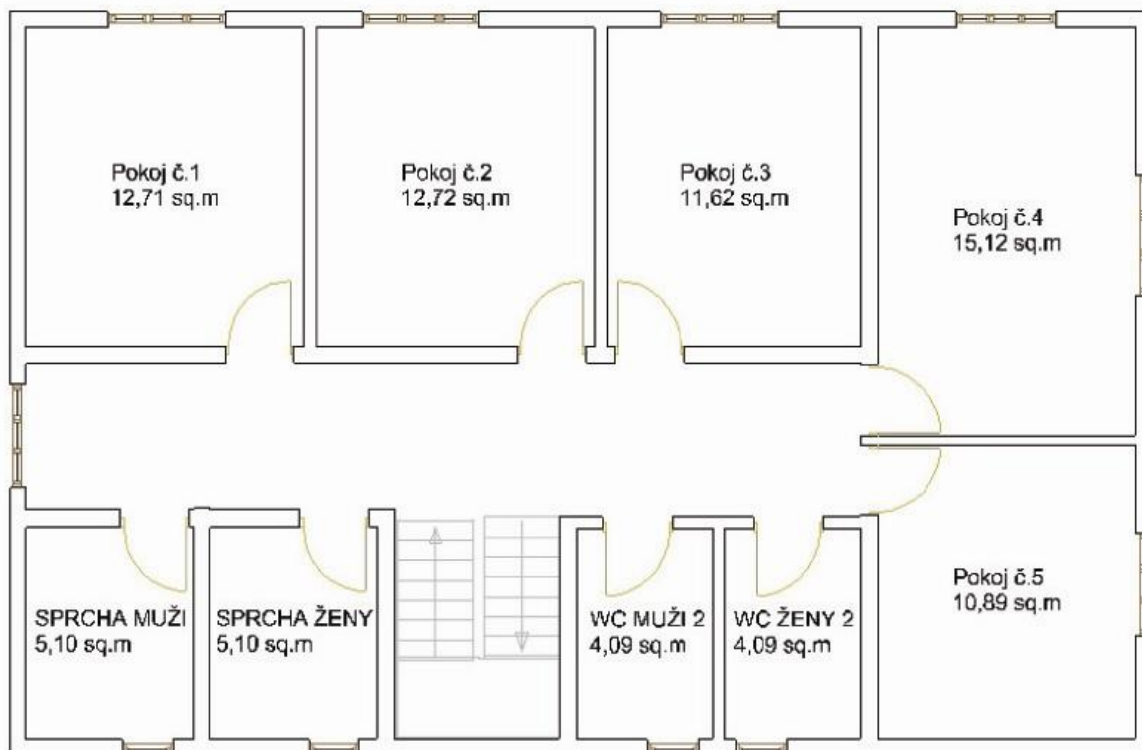
1

³⁾ nehodící se škrtněte

Půdorys přízemí provozovny JMS, spol. s r.o.



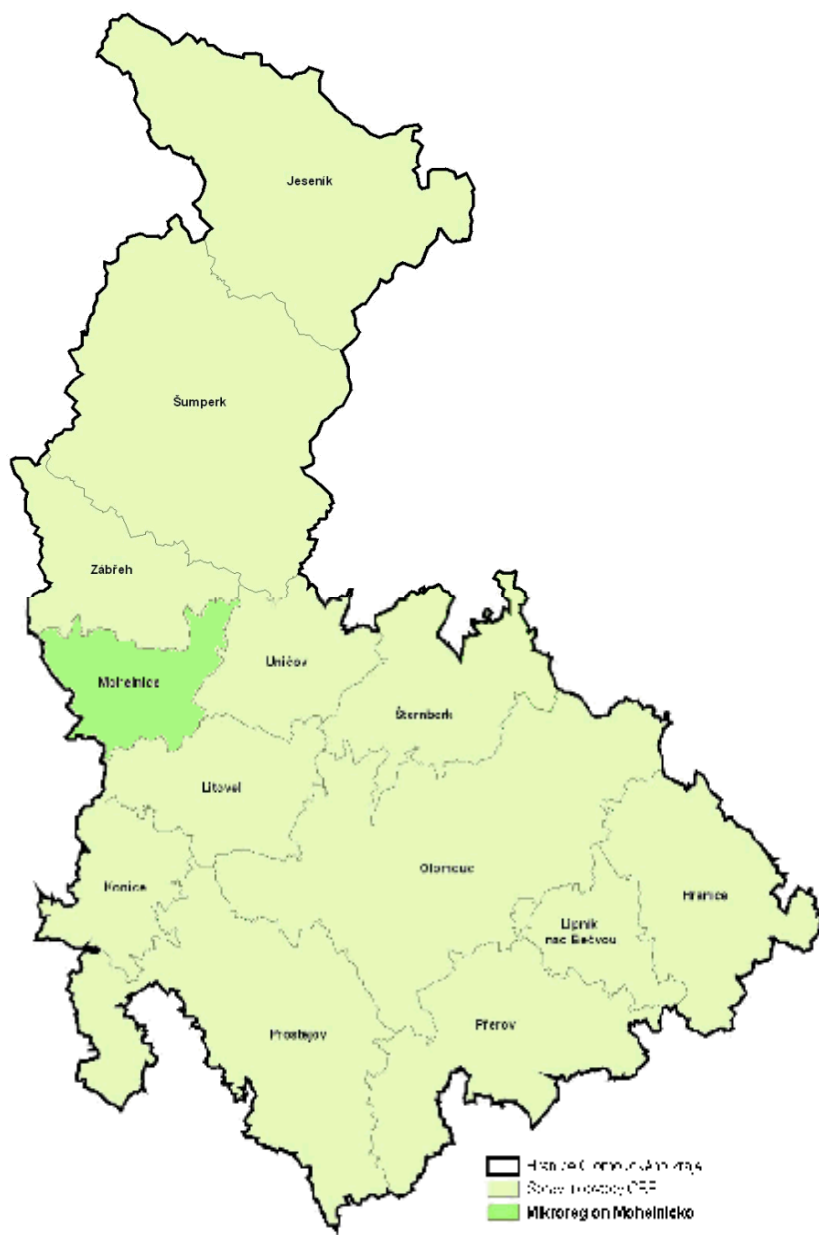
Půdorys I. Patra provozovny JMS, spol. s r.o.



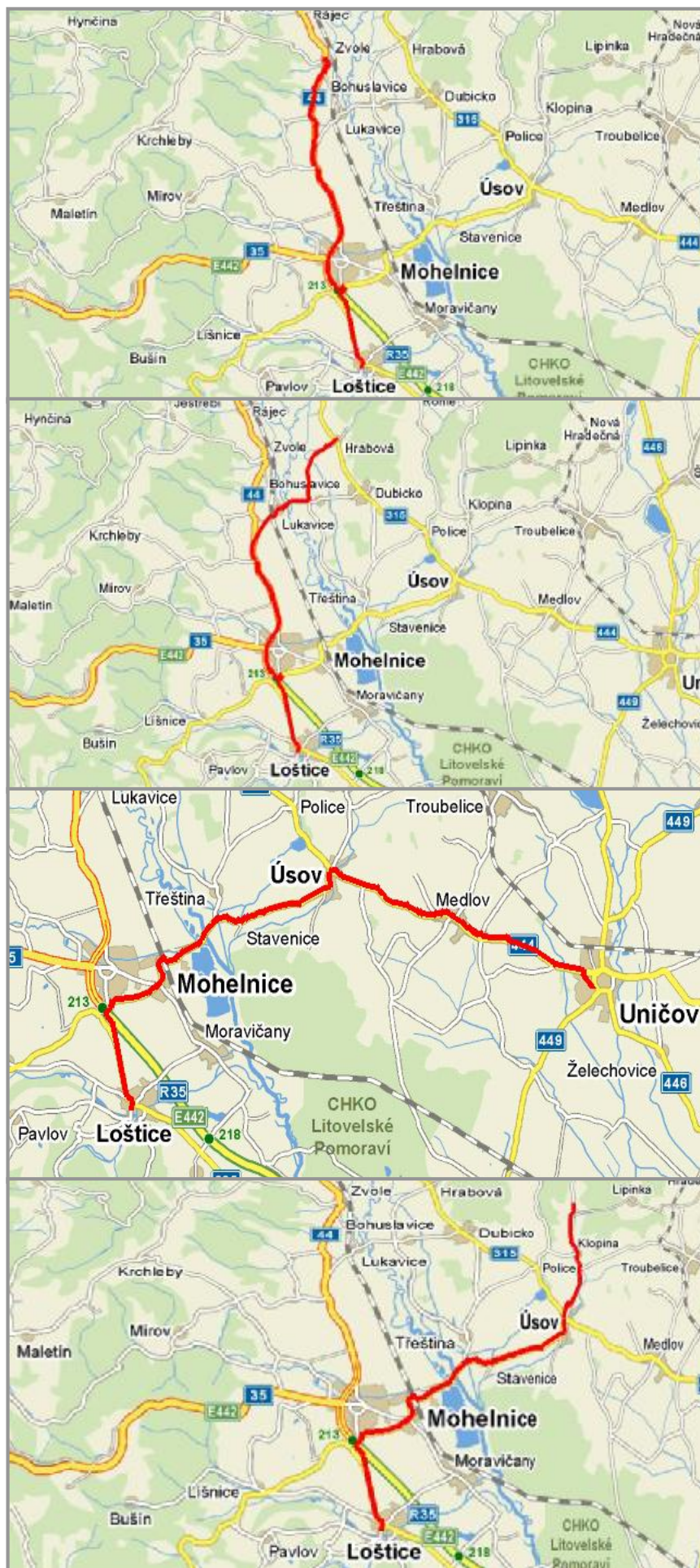
Výběr technologie výstavby - dřevostavba

- Nižší zatížení životního prostředí při jejich výstavbě, užívání a likvidaci
- Dřevostavby jsou lehčí než klasické stavební materiály, proto stačí úspornější základová konstrukce
- Náklady na vytápění staveb z moderních konstrukcí na bázi dřeva s dostatečnou tloušťkou tepelné izolace jsou podle zkušeností uživatelů až o několik tisíc Kč měsíčně nižší než u domků z klasických cihlových a silikátových materiálů. $TEPELNÝ\ ODPOR\ STĚNY = 4,55\ W.K^{-1}.m^2$. Dům může být vytápěn teplovzdušným vytápěním od krbu či kamen
- Z úspory nákladů na provoz staveb na bázi dřeva vyplývají pro investora příznivé ekonomické podmínky pro splácení úvěru nebo hypotéky.
- Nízká hmotnost a snadná demontovatelnost stavebních konstrukcí na bázi dřeva vytváří podmínky pro možnost jednoduchých a nenáročných úprav těchto konstrukcí v průběhu užívání stavby.
- Výstavba formou suché technologie umožňuje výstavbu po celý rok, podstatně zkracuje dobu výstavby, rychlost výstavby 10 – 16 týdnů
- Cena za 1 m² podlahové plochy cca 15.000,00 Kč bez DPH

Příl. 6 – Mapa Olomouckého kraje



Příl. 7 – Trh konkurence pěstitelského pálení



ZDROJE FINANČNÍCH PROSTŘEDKŮ

Dotace z Regionálního operačního programu Střední Morava, prioritní osa 3 Cestovní ruch, oblast podpory 3.3 Podnikatelská infrastruktura a služby, podoblast podpory 3.3.1 Podnikatelská infrastruktura a služby na území definovaném oblastí podpory 3.2 výše dotace pro malé podnikatele 60% z celkových nákladů projektu min. částka dotace 2 miliony Kč max. částka 20 milionu Kč	3.000.000,00 Kč
Dlouhodobý bankovní investiční úvěr	3.000.000,00 Kč
Splacený základní kapitál společnosti	300.000,00 Kč
Celkové finanční zdroje	6.300.000,00 Kč

POUŽITÍ FINANČNÍCH PROSTŘEDKŮ**Pořízení hmotných zdrojů**

Nákup pozemku pro provozovnu	300.000,00 Kč
Realizace výstavby provozovny	3.500.000,00 Kč
Parkoviště, dětské hřiště, plážový volejbal, stolní tenis, kulečnick	400.000,00 Kč
Vybavení provozovny – nábytek/zařízení	500.000,00 Kč
Nákup technologie pro pěstitelské pálení	900.000,00 Kč
Pořízení zásob – materiál pro pohostinství, ubytovací zařízení a zajištění doprovodných služeb (trekingová kola, in-line brusle)	400.000,00 Kč
Celkové náklady na hmotné zdroje	6.000.000,00 Kč

Provozní kapitál pro zahájení podnikání **300.000,00 Kč**

POUŽITÍ FINANČNÍCH PROSTŘEDKŮ CELKEM **6.300.000,00 Kč**

LIDSKÉ ZDROJE

JMS, spol. s r.o. disponuje 3 pracovníky, kteří jsou současně vlastníky společnosti i jednateli společnosti, každá disponuje stejným podílem na společnosti, pravomoci a kompetence byly mezi společníky rozděleny podle jejich znalostí, dovedností,

kvalifikačních předpokladů a jejich profesních lidských předností. Všichni společníci se na zajištění provozu podniku podílejí rovným dílem a každý společník současně odpovídá za jednu z oblastí řízení podniku :

Jiří Bálek, logistika – organizace a řízení provozu pohostinství, ubytovacího zařízení a pěstitelského pálení – odpovídá za kvalitu nabízených služeb, za plynulý provoz a zásobování zařízení.

Miroslav Havelka, marketing – odpovídá za zavádění nabízených služeb na trh, prosazení podniku v konkurenčním prostředí, propagaci nabízených služeb, provoz informačních technologií podniku, sjednává krátkodobé i dlouhodobé zakázky, zajišťuje odbyt.

Šárka Seifertová, ekonomika – vedení finančního i manažerského účetnictví, finanční analýzy, zajišťování finančních zdrojů, certifikace podniku, zpracování rentability nabízených služeb, smluvní ujednání, plánování investic.

Organizační struktura podniku je vysoce motivační, všichni pracovníci mají zájem na efektivním podnikání, prosperitě podniku a na maximalizaci zisku.

NEHMOTNÉ ZDROJE

JMS, spol. s r.o. se v oblasti nehmotných zdrojů zaměří zejména na zvyšování kvality nabízených služeb certifikací jednotlivých služeb v oblasti cestovního ruchu, ubytovacích služeb, pohostinství, účetnictví, dodržování předepsaných postupů a norem zejména v oblasti ochrany bezpečnosti a zdraví, hygienických nařízení, na ekologické nakládání s odpady a na minimalizaci znečištění životního prostředí. Dalším cílem společnosti bude získání certifikace pro označení produktů společnosti ochrannou známkou „Ekologicky šetrný výrobek“, která dává státní garanci toho, že u označeného výrobku jsou minimalizovány nepříznivé vlivy na životní prostředí, dává spotřebiteli záruku, že dle ekologického hodnocení vlastnosti označeného výrobku minimalizují vlivy na životní prostředí a přírodní zdroje, byly minimalizovány negativní vlivy na zdraví spotřebitele (např. riziko vzniku alergické reakce apod.). Součástí nehmotných zdrojů bude zpracovaný etický kodex firmy, který bude soužit k prosazování etického chování a rozhodování pracovníků, aby odpovídalo uznávaným morálním hodnotám a pomáhalo zlepšit vnitřní a vnější prostředí firmy.

Příl. 9 – Tržby z prodeje

Tržby z prodeje optimistická varianta využití nabízených produktů a služeb:

Produkce	Půjčovní	Tržba za jednotku produkce	Parametry výpočtu tržby	Tržba za hospodářský rok
Tržba z ubytovacích služeb		300,00 Kč/noc	5 pokojů pro 2 osoby x 365 dní x 300,00 Kč/noc	1.095.000,00
Tržba z pěstitelského pálení		97,54 Kč/litr	cena 97,54 Kč/l x produkce 180 l/24 hod. x 150 dní	2.633.580,00
Tržba z pohostinství		150,00 Kč/os./den	12 míst x 365 dní x 150 Kč/os./den	657.000,00
Tržba z doplňkových služeb	Volejbal hřiště	50,00 Kč/hod.	Cena 50,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	18.000,00
	Stolní tenis	20,00 Kč/hod.	Cena 20,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	7.200,00
	Kulečnick	10,00 Kč/hod.	Cena 10,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	3.600,00
	Šipky	10,00 Kč/hod.	Cena 10,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	3.600,00
	Treking kola 4x	40,00 Kč/1/2 den/ks	Cena 40,00 Kč/1/2 x 180 dní/rok x 2 ks	14.400,00
	Inline brusle 4x	40,00 Kč/1/2 den/ks	Cena 40,00 Kč/1/2 x 180 dní/rok x 2 ks	14.400,00
Celkový objem tržeb				4.446.780,00

Tržby z prodeje realistická varianta využití nabízených produktů a služeb:

Produkce	Půjčovní	Tržba za jednotku produkce	Parametry výpočtu tržby	Tržba za hospodářský rok
Tržba z ubytovacích služeb		300,00 Kč/noc	50% 5 pokojů pro 2 osoby x 365 dní x 300,00 Kč/noc	547.500,00
Tržba z pěstitelského pálení		97,54 Kč/litr	50% cena 97,54 Kč/l x produkce 180 l/24 hod.x 150 dní	1.316.790,00
Tržba z pohostinství		150,00 Kč/os./den	50% 12 míst x 365 dní x 150 Kč/os./den	328.500,00
Tržba z doplňkových služeb	Volejbal hřiště	50,00 Kč/hod.	50% Cena 50,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	9.000,00
	Stolní tenis	20,00 Kč/hod.	50% Cena 20,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	3.600,00
	Kulečnick	10,00 Kč/hod.	50% Cena 10,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	1.800,00
	Šipky	10,00 Kč/hod.	50% Cena 10,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	1.800,00
	Treking kola 4x	40,00 Kč/1/2 den/ks	50% Cena 40,00 Kč/1/2 x 180 dní/rok x 2 ks	7.200,00
	Inline brusle 4x	40,00 Kč/1/2 den/ks	50% Cena 40,00 Kč/1/2 x 180 dní/rok x 2 ks	7.200,00
Celkový objem tržeb				2.223.390,00

Příl. 9 - pokračování

Tržby z prodeje pesimistická varianta využití nabízených produktů a služeb:

Produkce	Půjčovné	Tržba za jednotku produkce	Parametry výpočtu tržby	Tržba za hospodářský rok
Tržba z ubytovacích služeb		200,00 Kč/noc	20% 1 pokoj pro 2 osoby x 365 dní x 200,00 Kč/noc	146.000,00
Tržba z pěstitelského pálení		97,54 Kč/litr	20% cena 97,54 Kč/l x produkce 180 l/24 hod.x 150 dní	526.716,00
Tržba z pohostinství		100,00 Kč/os./den	25% 3 místa x 365 dní x 100 Kč/os./den	109.500,00
Tržba z doplňkových služeb	Volejbal hřiště	50,00 Kč/hod.	20% Cena 50,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	3.600,00
	Stolní tenis	20,00 Kč/hod.	20% Cena 20,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	1.440,00
	Kulečnick	10,00 Kč/hod.	20% Cena 10,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	720,00
	Šipky	10,00 Kč/hod.	20% Cena 10,00 Kč/hod. x 2 hod. denně x 180 dní/rok	720,00
	Treking kola 4x	40,00 Kč/1/2 den/ks	20% Cena 40,00 Kč/1/2 x 180 dní/rok x 2 ks	2.880,00
	Inline brusle 4x	40,00 Kč/1/2 den/ks	20% Cena 40,00 Kč/1/2 x 180 dní/rok x 2 ks	2.880,00
Celkový objem tržeb				794.456,00

Příl. 10 – Rozvaha sestavená ke dni zahájení podnikatelské činnosti

Označení a	AKTIVA b	čís. řád. c	Vybraná část účetního období			Minulé úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM	1	6 300 000.00	-3 000 000.00	3 300 000.00	3 300 000.00
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	2				
B.	Dlouhodobý majetek	3	5 190 748.00	-3 000 000.00	2 190 748.00	2 190 748.00
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	4				
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	5	5 190 748.00	-3 000 000.00	2 190 748.00	2 190 748.00
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	6				
C.	Oběžná aktiva	7	1 109 252.00		1 109 252.00	1 109 252.00
C. I.	Zásoby	8	809 252.00		809 252.00	809 252.00
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	9				
C. III.	Krátkodobé pohledávky	10				
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	11	300 000.00		300 000.00	300 000.00
D. I.	Časové rozlišení	12				

Označení a	PASIVA b	čís. řád. c	Stav ve	Stav v minulém
			vybraném období 5	účetním období 6
	PASIVA CELKEM	13	3 300 000.00	3 300 000.00
A.	Vlastní kapitál	14	300 000.00	300 000.00
A. I.	Základní kapitál	15	300 000.00	300 000.00
A. II.	Kapitálové fondy	16		
A. III.	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku	17		
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	18		
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+ -/)	19		
B.	Cizí zdroje	20	3 000 000.00	3 000 000.00
B. I.	Rezervy	21		
B. II.	Dlouhodobé závazky	22		
B. III.	Krátkodobé závazky	23		
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	24	3 000 000.00	3 000 000.00
C. I.	Časové rozlišení	25		

Příl. 11 – Inventární soupis majetku ke dni sestavení zahajovací rozvahy

Provozovna

účet	Název	Počet ks	Pořizovací cena bez DPH
031	Pozemek	1	300 000,00
021	Provozovna	1	3 600 000,00
	Hřiště baech volejbal	1	100 000,00
	Parkovací plochy	1	200 000,00
022	Destilační přístroj KPD 150 na plyn včetně příslušenství	1	900 000,00
			5 100 000,00

Inventář – pohostinství

účet	Název	Počet ks	Pořizovací cena bez DPH
022	Barový pult	1	48 000,00
	Kulečnick karambol + 4 tága + 12 koulí + trouhelník	1	42 748,00
112	Výčepní zařízení 3 kohouty ANTA C 5/8 3k	1	30 546,00
	Lednice + bar Daewoo FRN U20G FBI	1	30 708,00
	Myčka Siemens SN56T590EU vestavná	1	26 486,00
	Sporák komb. Baumatic PCE9220SS	1	32 204,00
	LCD televizor	1	12 798,00
	Pokladny SHARP ER-A457EF	1	16 999,00
	Vysavač Hoover H1.PET	1	7 627,00
	PC připojení internet	1	16 000,00
	Barové stoličky	2	1 671,00
	Jídelní stůl	3	5 000,00
	Židle	12	8 340,00
	Stůl venkovní terasa	3	2 227,00
	Židle venkovní terasa	12	8 208,00
	Rychlovarná konvice Tefal BI962513 VitesseS inox 1,7l	1	1 376,00
	Mikrovlákná trouba Indesit MWI 30 IX vestavná	1	9 503,00
	Ubrus	9	4 227,00
	Vybavení kuchyně	1	40 000,00
	Elektronický dvouřadý terč Saphyr Darts CB 54 CWX PRO	1	2 511,00
	Úklidový vozík	1	2 487,00

Příl. 11 - pokračování

Inventář – Ubytovací služby

účet	Název	Počet ks	Pořizovací cena bez DPH
112	Šatní skříň masív	5	36 725,00
	Postel masív	10	24 310,00
	Matrace latexová	10	29 240,00
	Ratanová sedací souprava Bahama	5	13 298,00
	SC PM4E-S MINIVĚŽ PANASONIC	5	9 130,00
	Povlečení – ložní souprava + prostěradlo	30	15 600,00
	Ručník	30	1 440,00
	Odpadkové koše	5	1 865,00
			131 608,00

Inventář – doplňkové služby

účet	Název	Počet ks	Pořizovací cena bez DPH
112	Dětská skluzavka	1	20 000,00
	Dětský kolotoč	1	25 000,00
	Dětské pískoviště	1	10 000,00
	Dětská pružinová houpačka	2	20 000,00
	Trekingové kolo	4	25 336,00
	Stůl na stolní tenis	1	5 000,00
	Kolečkové brusle	8	10 080,00
	Rakety na stolní tenis	8	840,00
	Míč na beach volejbal	2	2 470,00
			118.726,00

Příl. 12 – Výkaz zisku a ztráty sestavený v roce zahájení provozu k 31.12.

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	1	328 500.00	
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	2	347 882.00	
+	Obchodní marže	3	-19 382.00	
II.	Výkony	4	1 894 890.90	
B.	Výkonová spotřeba	5	574 983.00	
+	Přidaná hodnota	6	1 300 525.90	
C.	Osobní náklady	7	627 120.00	
D.	Daně a poplatky	8		
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	9	145 742.00	
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	10		
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	11		
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	12		
IV.	Ostatní provozní výnosy	13		
H.	Ostatní provozní náklady	14		
V.	Převod provozních výnosů	15		
I.	Převod provozních nákladů	16		
*	Provozní výsledek hospodaření	17	527 663.90	

Označení a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	18		
J.	Prodané cenné papíry a podíly	19		
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku	20		
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	21		
K.	Náklady z finančního majetku	22		
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	23		
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	24		
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	25		
X.	Výnosové úroky	26		
N.	Nákladové úroky	27	203 296.00	
XI.	Ostatní finanční výnosy	28		
O.	Ostatní finanční náklady	29		
XII.	Převod finančních výnosů	30		
P.	Převod finančních nákladů	31		
*	Finanční výsledek hospodaření	32	-203 296.00	
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	33	83 370.00	
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	34	240 997.90	
XIII.	Mimořádné výnosy	35		
R.	Mimořádné náklady	36		
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti	37		
*	Mimořádný výsledek hospodaření	38		
T.	Převod podílů na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	39		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	40	240 997.90	
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	41	324 367.90	

Příl. 13 – Finanční plán JMS, spol. s r.o.

RV - Rozvaha a výsledovka					
Název : JMS, spol. s r.o.					
I. - Rozvaha a výsledovka					
Údaje (TCZK)					
Měsíc/Rok:	12	12	12	12	12
	2011	2012	2013	2014	2015
AKTIVA CELKEM	3 476 102	3 582 511	3 760 574	3 980 026	4 810 448
DLOUHODOBÝ NEHMOTNÝ MAJETEK	0	0	0	0	0
DLOUHODOBÝ HMOTNÝ MAJETEK	2 045 006	1 899 264	1 753 522	1 607 780	2 182 038
DLOUHODOBÝ FINANČNÍ MAJETEK	0	0	0	500 000	500 000
ZÁSoby	974 252	1 071 677	1 232 429	1 417 293	1 629 887
POHLEDÁVKY	0	0	0	0	0
KRÁTKODOBÝ FINANČNÍ MAJETEK	456 844	611 570	774 623	454 953	498 523
- Běžný účet podnikatelské činnosti	340 844	407 713	516 415	303 302	332 349
- Pokladny	116 000	203 857	258 208	151 651	166 174
- Krátkodobé cenné papíry	0	0	0	0	0
VLASTNÍ ZDROJE	540 997	844 629	1 223 665	1 681 943	2 223 335
ZÁKLADNÍ KAPITÁL	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000
REZEVNÍ FONDY	0	39 100	84 463	137 367	206 506
VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ BÚO	240 997	303 632	379 036	458 278	541 392
VÝSLEDEK HOSPODAŘENÍ MIN.LET	0	201 897	460 166	786 298	1 175 437
CIZÍ ZDROJE	2 935 205	2 737 882	2 536 909	2 298 083	2 587 113
REZERVY	0	0	0	0	0
DLOUHODOBÉ ZÁVAZKY	0	0	0	0	0
- Emitované dluhopisy	0	0	0	0	0
- Dlouhodobé přijaté zálohy	0	0	0	0	0
KRÁTKODOBÉ ZÁVAZKY	150 000	185 000	231 000	257 000	830 000
BANKOVNÍ PŮJČKY	2 785 205	2 552 882	2 305 909	2 041 083	1 757 113
Výkaz zisku a ztráty (Akruální báze, vztahuje se pouze k hospodářské činnosti)					
Měsíc/Rok:	12	12	12	12	12
	2011	2012	2013	2014	2015
Tržby z prodeje zboží, služeb	2 223 390	2 334 560	2 451 287	2 573 852	2 702 544
Změna stavu a aktivace vlastní výroby	0	0	0	0	0
OBRAT CELKEM	2 223 390	2 336 584	2 453 312	2 575 878	2 704 571
Spotřebované dodávky	-686 915	-755 607	-793 387	-833 056	-874 709
HRUBÝ PROVOZNÍ VÝSLEDEK	1 536 475	1 580 977	1 659 926	1 742 822	1 829 862
Personální náklady	-627 120	-627 120	-627 120	-627 120	-627 120
Opravy a udržování	-35 950	-39 545	-43 500	-47 849	-52 634
Odpisy	-145 742	-145 742	-145 742	-145 742	-145 742
Ostatní všerob. a administrat. náklady	-200 000	-196 000	-192 080	-188 238	-184 474
PROVOZNÍ VÝSLEDEK	527 663	572 570	651 484	733 872	819 892
Tržby z prodeje dlouhodobého nehm. a hm. majetku	0	0	0	0	0
Ostatní náklady a výnosy	-203 296	-187 668	-171 018	-153 164	-134 020
HV PŘED ZDANĚNÍM	324 367	384 902	480 466	580 708	685 872
Daň z příjmů	-83 370	-81 270	-101 430	-122 430	-144 480
HV PO ZDANĚNÍ	240 997	303 632	379 036	458 278	541 392

Příl. 14 – Dlouhodobý investiční úvěr na zřízení provozovny

Splátky úvěru na zřízení provozovny

Výše úvěru Kč. **3 000 000** Splatnost **10 let**
 Periodicita splácení **měsíčně** Počet splátek **120**
 Úrok p.a. % **7%**

Perioda (měsíc)	Počáteční stav jistiny	Úrok za periodu	Úmor = splátka-úrok	celková splátka vypočtená umořovatelem	Konečný stav jistiny
1	3000000.00	17500.00	17332.54	34832.54	2982667.46
2	2982667.46	17398.89	17433.65	34832.54	2965233.81
3	2965233.81	17297.20	17535.35	34832.54	2947698.46
4	2947698.46	17194.91	17637.64	34832.54	2930060.82
5	2930060.82	17092.02	17740.52	34832.54	2912320.30
6	2912320.30	16988.54	17844.01	34832.54	2894476.29
7	2894476.29	16884.45	17948.10	34832.54	2876528.19
8	2876528.19	16779.75	18052.80	34832.54	2858475.40
9	2858475.40	16674.44	18158.10	34832.54	2840317.29
10	2840317.29	16568.52	18264.03	34832.54	2822053.27
11	2822053.27	16461.98	18370.57	34832.54	2803682.70
12	2803682.70	16354.82	18477.73	34832.54	2785204.97
13	2785204.97	16247.03	18585.51	34832.54	2766619.46
14	2766619.46	16138.61	18693.93	34832.54	2747925.53
15	2747925.53	16029.57	18802.98	34832.54	2729122.55
16	2729122.55	15919.88	18912.66	34832.54	2710209.89
17	2710209.89	15809.56	19022.99	34832.54	2691186.90
18	2691186.90	15698.59	19133.95	34832.54	2672052.95
19	2672052.95	15586.98	19245.57	34832.54	2652807.38
20	2652807.38	15474.71	19357.83	34832.54	2633449.55
21	2633449.55	15361.79	19470.75	34832.54	2613978.79
22	2613978.79	15248.21	19584.33	34832.54	2594394.46
23	2594394.46	15133.97	19698.58	34832.54	2574695.88
24	2574695.88	15019.06	19813.48	34832.54	2554882.40
25	2554882.40	14903.48	19929.06	34832.54	2534953.33
26	2534953.33	14787.23	20045.32	34832.54	2514908.02
27	2514908.02	14670.30	20162.25	34832.54	2494745.77
28	2494745.77	14552.68	20279.86	34832.54	2474465.91
29	2474465.91	14434.38	20398.16	34832.54	2454067.75
30	2454067.75	14315.40	20517.15	34832.54	2433550.60
31	2433550.60	14195.71	20636.83	34832.54	2412913.77
32	2412913.77	14075.33	20757.21	34832.54	2392156.56
33	2392156.56	13954.25	20878.30	34832.54	2371278.26
34	2371278.26	13832.46	21000.09	34832.54	2350278.17
35	2350278.17	13709.96	21122.59	34832.54	2329155.58
36	2329155.58	13586.74	21245.80	34832.54	2307909.78
37	2307909.78	13462.81	21369.74	34832.54	2286540.05
38	2286540.05	13338.15	21494.39	34832.54	2265045.65
39	2265045.65	13212.77	21619.78	34832.54	2243425.87
40	2243425.87	13086.65	21745.89	34832.54	2221679.98
41	2221679.98	12959.80	21872.74	34832.54	2199807.24
42	2199807.24	12832.21	22000.33	34832.54	2177806.90
43	2177806.90	12703.87	22128.67	34832.54	2155678.23
44	2155678.23	12574.79	22257.75	34832.54	2133420.48

Příloha č. 14 – pokračování

45	2133420.48	12444.95	22387.59	34832.54	2111032.89
46	2111032.89	12314.36	22518.19	34832.54	2088514.70
47	2088514.70	12183.00	22649.54	34832.54	2065865.16
48	2065865.16	12050.88	22781.66	34832.54	2043083.50
49	2043083.50	11917.99	22914.56	34832.54	2020168.94
50	2020168.94	11784.32	23048.22	34832.54	1997120.72
51	1997120.72	11649.87	23182.67	34832.54	1973938.04
52	1973938.04	11514.64	23317.91	34832.54	1950620.14
53	1950620.14	11378.62	23453.93	34832.54	1927166.21
54	1927166.21	11241.80	23590.74	34832.54	1903575.47
55	1903575.47	11104.19	23728.35	34832.54	1879847.12
56	1879847.12	10965.77	23866.77	34832.54	1855980.35
57	1855980.35	10826.55	24005.99	34832.54	1831974.36
58	1831974.36	10686.52	24146.03	34832.54	1807828.33
59	1807828.33	10545.67	24286.88	34832.54	1783541.45
60	1783541.45	10403.99	24428.55	34832.54	1759112.90
61	1759112.90	10261.49	24571.05	34832.54	1734541.85
62	1734541.85	10118.16	24714.38	34832.54	1709827.46
63	1709827.46	9973.99	24858.55	34832.54	1684968.91
64	1684968.91	9828.99	25003.56	34832.54	1659965.36
65	1659965.36	9683.13	25149.41	34832.54	1634815.94
66	1634815.94	9536.43	25296.12	34832.54	1609519.83
67	1609519.83	9388.87	25443.68	34832.54	1584076.15
68	1584076.15	9240.44	25592.10	34832.54	1558484.05
69	1558484.05	9091.16	25741.39	34832.54	1532742.66
70	1532742.66	8941.00	25891.54	34832.54	1506851.12
71	1506851.12	8789.96	26042.58	34832.54	1480808.54
72	1480808.54	8638.05	26194.49	34832.54	1454614.04
73	1454614.04	8485.25	26347.30	34832.54	1428266.75
74	1428266.75	8331.56	26500.99	34832.54	1401765.76
75	1401765.76	8176.97	26655.58	34832.54	1375110.18
76	1375110.18	8021.48	26811.07	34832.54	1348299.12
77	1348299.12	7865.08	26967.47	34832.54	1321331.65
78	1321331.65	7707.77	27124.78	34832.54	1294206.87
79	1294206.87	7549.54	27283.00	34832.54	1266923.87
80	1266923.87	7390.39	27442.15	34832.54	1239481.72
81	1239481.72	7230.31	27602.23	34832.54	1211879.48
82	1211879.48	7069.30	27763.25	34832.54	1184116.24
83	1184116.24	6907.34	27925.20	34832.54	1156191.04
84	1156191.04	6744.45	28088.10	34832.54	1128102.94
85	1128102.94	6580.60	28251.94	34832.54	1099851.00
86	1099851.00	6415.80	28416.75	34832.54	1071434.25
87	1071434.25	6250.03	28582.51	34832.54	1042851.74
88	1042851.74	6083.30	28749.24	34832.54	1014102.50
89	1014102.50	5915.60	28916.95	34832.54	985185.55
90	985185.55	5746.92	29085.63	34832.54	956099.92
91	956099.92	5577.25	29255.29	34832.54	926844.63
92	926844.63	5406.59	29425.95	34832.54	897418.68
93	897418.68	5234.94	29597.60	34832.54	867821.08
94	867821.08	5062.29	29770.25	34832.54	838050.82
95	838050.82	4888.63	29943.91	34832.54	808106.91
96	808106.91	4713.96	30118.59	34832.54	777988.32
97	777988.32	4538.27	30294.28	34832.54	747694.05
98	747694.05	4361.55	30471.00	34832.54	717223.05

Příloha č. 14 – pokračování

99	717223.05	4183.80	30648.74	34832.54	686574.31
100	686574.31	4005.02	30827.53	34832.54	655746.78
101	655746.78	3825.19	31007.35	34832.54	624739.43
102	624739.43	3644.31	31188.23	34832.54	593551.20
103	593551.20	3462.38	31370.16	34832.54	562181.03
104	562181.03	3279.39	31553.15	34832.54	530627.88
105	530627.88	3095.33	31737.21	34832.54	498890.67
106	498890.67	2910.20	31922.35	34832.54	466968.32
107	466968.32	2723.98	32108.56	34832.54	434859.75
108	434859.75	2536.68	32295.86	34832.54	402563.89
109	402563.89	2348.29	32484.25	34832.54	370079.64
110	370079.64	2158.80	32673.75	34832.54	337405.89
111	337405.89	1968.20	32864.34	34832.54	304541.55
112	304541.55	1776.49	33056.05	34832.54	271485.50
113	271485.50	1583.67	33248.88	34832.54	238236.62
114	238236.62	1389.71	33442.83	34832.54	204793.79
115	204793.79	1194.63	33637.91	34832.54	171155.88
116	171155.88	998.41	33834.13	34832.54	137321.74
117	137321.74	801.04	34031.50	34832.54	103290.24
118	103290.24	602.53	34230.02	34832.54	69060.22
119	69060.22	402.85	34429.69	34832.54	34630.53
120	34630.53	202.01	34630.53	34832.54	0.00

Příl. 15 – Fixní a variabilní náklady

Fixní náklady společnosti JMS, spol. s r.o.

- Otop – automatický kotel na dřevěné pelety - roční spotřeba tepla 180 GJ, cena tepla za 1/GJ 258,00 Kč, spotřeba paliva za rok 10810 kg
- Mzdové náklady - předpokládaná hrubá mzda 13.000,00 Kč/os., odvody zaměstnavatel 4.420,00Kč/os. celkové mzdové náklady 17.420,00 Kč/os., počet zaměstnanců 3
- Zřizovací náklady notářské poplatky smlouva o zřízení , soudní poplatky za registraci do obchodního rejstříku, správní poplatky vystavení ŽL)
- Náklady na propagaci společnosti :
 - Registrace webových stránek na www.estranky.cz 5 GB prostoru roční poplatek 1.500,00 Kč
 - Reklama v měsíčníku Turista ¼ strana na spod na výšku , na šířku 43x 244 a 172 x 61 cena inzerce 8.000,00 Kč
 - Registrace www.firmy.cz PRAKTIK s doplňkovými službami ročně.....7.000,00 Kč
 - Televizní spot o regionu ve 3 jazycích umístěný na www stránkách 70.000,00 Kč
 - Výroba rozhlasového reklamního spotu od 1.600,00 Kč 1 hlas 1.600,00 Kč
 - Reklama v rozhlase (14 dnů, spot zařazen v 1rubrice nebo několikrát do vysílání, cena za 2 opakování v 1 hod. pořadu 28.000,00 Kč
 - Propagační brožura vlastní zpracování zdarma
 - Logo, vizitka, slogan vlastní zpracování zdarma
 - Registrace www.ubytovani.nettravel.cz, zdarma

Příloha č. 15 – pokračování

Daňové odpisy dlouhodobého hmotného majetku

Název	Pořizovací cena	K odpisování	Odpisová skupina	Doba odpisování	Sazba v prvním roce	Roční odpis	Sazba v dalších letech	Roční odpis
Budova	3600000	900000	6. skupina	50 let	1.02	9180	2.02	18180
Palírna	900000	900000	3. skupina	10 let	5.5	49500	10.5	94500
Hřiště na beach volejbal	100000	100000	5. skupina	30 let	1.4	1400	3.4	3400
Parkovací plochy	200000	200000	5. skupina	30 let	1.4	2800	3.4	6800
Barový pult	48000	48000	2. skupina	5 let	11	5280	22.25	10680
Kulečník	42748	42748	2. skupina	5 let	11	4702	22.25	9511
Celkem	4 890 748	2 190 748				72862		143071

Účetní odpisy dlouhodobého hmotného majetku

Název	Pořizovací cena	K odpisování	Doba odpisování	Roční odpis
Budova	3600000	900000	30 let	30000
Palírna	900000	900000	10 let	90000
Hřiště na beach volejbal	100000	100000	10 let	10000
Parkovací plochy	200000	200000	30 let	6667
Barový pult	48000	48000	10 let	4800
Kulečník	42748	42748	10 let	4275
Celkem	1 290 748	1 290 748		145742

Přehled fixních nákladů společnosti JMS, spol. s r.o.

Fixní náklady	Roční spotřeba	Plánovaná odchylka 20%	Výpočet fixních nákladů
Otop	46486	9297	55783
Spotřeba el. energie	24000	4800	28800
Zřizovací náklad	22000	4400	26400
Náklady na propagaci	116000	-	116000
Odpisy	145742	-	145742
Splátka úroku z úvěru	203296	-	203296
Telekomunikační služby	30000	6000	36000
Pohonné hmoty	15000	3000	18000
Likvidace odpadu	5000	1000	6000
Mzdové náklady	627120	-	627120
Ostatní provozní náklady	200000	40000	240000
			1453141

Variabilní náklady společnosti JMS, spol. s r.o. realistická varianta

- Ohřev vody – plynový kotel - roční spotřeba teplé vody (Ø spotřeba 60 l/os., Ø počet osob 10/den) 219 tisíc litrů ročně, cena ohřevu 60 l vody zemním plynem 2,67 Kč
- Spotřeba vody – roční spotřeba vody (Ø spotřeba vody 150 l/os., Ø počet osob 10/den) 548 m3, cena za 1 m3 vody 0 odběr vody vlastní studna, stočné za 1 m3 cena 27,00 Kč
- Výměna ložního prádla (10,00 Kč/ks výměna průměrně za 2 dny) 9.125,00 Kč
- Pěstitelské pálení – spotřeba plynu a el. energie nepřetržitý provoz 150 dní 12 hodin denně 120.000,00 Kč
- Zásoby – Ø marže 30% - náklady na skladové zásoby 70% z objemu prodeje pohostinství

Přehled variabilních nákladů společnosti JMS, spol. s r.o.

Variabilní náklady	Roční spotřeba	Plánovaná odchylka 20%	Výpočet variabilních nákladů
Ohřev vody	9746	1949	11695
Stočné	14796	2959	17755
Výměna ložního prádla	9125	1825	10950
Pěstitelské pálení plyn, energie	120000	24000	144000
Zásoby	193235	38647	231882
			416282