

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra ekonomie

PODNIKATELSKÝ PLÁN

Založení malého podniku

Diplomová práce

Autor: Ondřej Podolský
Studijní obor: Informační management

Vedoucí práce: Ing. Libuše Svobodová, Ph.D.

Hradec Králové

duben/2022

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracoval samostatně a s použitím uvedené literatury.

vlastnoruční podpis

V Hradci Králové dne 10.5.2022

Ondřej Podolský

Poděkování:

Děkuji vedoucí diplomové práce Ing. Libuši Svobodové, Ph.D. za metodické vedení práce, velice nápomocné rady a výborné připomínky. Rovněž děkuji rodině a přítelkyni za trpělivost a podporu.

Anotace

Účelem této diplomové práce je sestavení realizovatelného podnikatelského plánu na založení a provoz malé firmy, kterou má autor práce v úmyslu provozovat. Teoretická část zpracovává a definuje základní pojmy podnikání, dále je uvedena struktura podnikatelského plánu. Teoretická část je zakončena popisem metody Lean Canvas. Praktická část práce popisuje sestavení konkrétního podnikatelského plánu pro podnik OPIT. V praktické části jsou uvedeny základní informace o společnosti, je provedena analýza prostředí společnosti na základě které je dále sestaven podnikatelský plán. Hlavním cílem diplomové práce je na základě poznatků ze studia a provedené literární rešerše vytvořit podnikatelský plán, provést analýzy a zhodnotit ekonomickou realizovatelnost celého záměru pro podnik poskytující IT služby.

Klíčová slova

Společnost, podnikatelský plán, servis počítačů, plánování

Annotation

Title: Business plan

The purpose of this thesis is to develop a feasible business plan for the establishment and operation of a small business that the author intends to operate. The theoretical part elaborates and defines the basic concepts of entrepreneurship, then the structure of the business plan is presented, and the different parts are described in detail. The theoretical part concludes with a description of the Lean Canvas method. The practical part of the thesis describes the construction of a concrete business plan for the OPIT enterprise. In the practical part, basic information about the company is given, an analysis of the company's environment is made on the basis of which, the business plan is further developed. The main objective of the thesis is to create a business plan based on the knowledge from the study and literature, to perform analysis and evaluate the economic feasibility of the whole plan for an IT services company.

Keywords

Company, business plan, computer service, planning

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Podstata podnikání a základní pojmy	2
2.1	Podnikání a podnikatel	2
2.2	Živnostenské podnikání.....	4
2.2.1	Druhy živností.....	5
2.3	Podnikání v České republice	6
2.4	Volba právní formy podniku	8
2.4.1	Obchodní společnosti.....	10
2.4.2	Kapitálové společnosti.....	11
2.5	Náročnost založení	13
2.6	Zdanění zisku z podnikání	14
2.6.1	Živnostenské podnikání	14
2.6.2	Komanditní společnost.....	15
2.6.3	Společnost s ručením omezením	15
2.6.4	Veřejná obchodní společnost.....	16
3	Model Lean Canvas	17
3.1	Tvorba modelu Lean Canvas.....	18
3.2	Struktura modelu Lean Canvas	18
4	Podnikatelský plán	21
4.1	Zásady pro zpracování podnikatelského plánu.....	22
4.2	Struktura podnikatelského plánu	23
4.2.1	Titulní list.....	23
4.2.2	Shrnutí	24
4.2.3	Popis podnikatelské činnosti	24

4.2.4	Analýza trhu.....	25
4.2.5	Marketingový plán	28
4.2.6	Hodnocení rizik	31
4.2.7	Finanční plán	31
4.2.8	Přílohy.....	35
5	Analýza problému a současné situace.....	37
5.1	Titulní list	37
5.2	Exekutivní souhrn.....	37
5.3	Analýza stavu	37
5.3.1	PEST Analýza.....	37
5.3.2	Porterův model konkurenčních sil (5F)	42
5.3.3	SWOT analýza	46
	Externí analýza.....	47
6	Vlastní řešení a jeho přínos	48
6.1	Právní forma.....	48
6.2	Charakteristika společnosti.....	48
6.3	Obchodní prostory	48
6.4	Výrobní plán	49
6.4.1	Práce na projektech	49
6.4.2	Vybavení společnosti.....	51
6.5	Marketingová strategie	53
6.5.1	Marketingový mix.....	54
6.6	Hodnocení rizik.....	57
6.7	Finanční plán.....	59
6.7.1	Předpokládané výnosy	59

6.7.2	Plánované náklady	60
6.7.3	Zisk	61
6.7.4	Zahajovací rozvaha	63
6.7.5	Cashflow	65
6.7.6	Financování.....	66
6.7.7	Finanční analýza	66
6.8	Lean Canvas model	68
7	Shrnutí	70
8	Závěr.....	71
9	Seznam použité literatury.....	73
9.1	Tištěné zdroje	73
9.2	Seznam internetových zdrojů.....	74
A	Příloha – Finanční plán	77
A 1.	Plánované objemy zakázek.....	77
A 2.	Plánované výnosy dle činností.....	78
A 3.	Rozvaha	79
A 4.	Výsledovka.....	81

Seznam obrázků

Obrázek 1: Vývoj počtu podnikatelů v České republice.....	6
Obrázek 2: Věková struktura podnikatelů v České republice	7
Obrázek 3: Počty podnikatelů v jednotlivých krajích České republiky	8
Obrázek 4: Počet nových subjektů v obchodním rejstříku	11
Obrázek 5: Lean Canvas model.....	20
Obrázek 6: Porterův model 5F.....	26
Obrázek 7: SWOT analýza.....	27
Obrázek 8: Meziroční přírůstek HDP	39
Obrázek 9: Nezaměstnanost absolventů UHK dle typu studia.....	41
Obrázek 10: Fáze pracovního procesu	51
Obrázek 11: Logo společnosti OPIT	56
Obrázek 12: Vývoj předpokládaných nákladů a výnosů (v Kč)	62
Obrázek 13: Vývoj zisku po zdanění (v Kč)	63
Obrázek 14: Lean Canvas model OPIT.....	69

Seznam tabulek

Tabulka 1: Srovnání minimálních výdajů potřebných k založení podnikání	13
Tabulka 2: Zahajovací rozvaha	32
Tabulka 3: Míra nezaměstnanosti v letech 2016-2021 v České republice	40
Tabulka 4: Hodnocení rizik.....	57
Tabulka 5: Plánované výnosy OPIT (v Kč)	59
Tabulka 6: Plánované náklady OPIT (v Kč)	60
Tabulka 7: Předpokládaný zisk OPIT (v Kč).....	62
Tabulka 8: Zahajovací rozvaha OPIT (v Kč).....	63
Tabulka 9: Rozvaha ve zkráceném rozsahu OPIT (brutto).....	64
Tabulka 10: Cashflow přímá metoda pro společnosti OPIT.....	65
Tabulka 11: Finanční analýza – ukazatele likvidity.....	66
Tabulka 12: Finanční analýza – ukazatele zadluženosti.....	67
Tabulka 13: Finanční analýza – ukazatele rentability	67
Tabulka 14: Plán činností výnosů.....	77
Tabulka 15: Plánované výnosy dle činnosti	78
Tabulka 16: Rozvaha v plném rozsahu společnosti OPIT (brutto).....	79
Tabulka 17: Výsledovka společnosti OPIT	81

1 Úvod

Předtím, než studenty prověří státní závěrečná zkouška, je zapotřebí vybrat téma závěrečné práce. Do jisté míry toto rozhodnutí reflektuje budoucí směr, kterému se student po ukončení studia bude věnovat. Samotný směr může být formován jak osobní motivací, ale také již dosaženými pracovními zkušenostmi. Tyto zkušenosti nemusí vždy naplnit očekávání a nemusí ani reflektovat osobní požadavky daného jedince. Na místě je tedy úvaha o vytvoření pracovní pozice s náplní přímo na míru – podnikání. Dnešní globalizovaný a neustále se měnící svět dává mladým jedincům s nápadem, toužících po svobodě, téměř nezměrné množství možností. Podnikání jako takové nabízí jedinečnou možnost seberealizace, řízení svého času a náplně práce. Zejména potom pro začínající podnikatele, kteří výše zmíněné benefity vyhledávají a nechtějí být pouze řadovými zaměstnanci, je důležité efektivně tyto nápady a myšlenky přeměnit v realitu. Pomoc udělat první kroky správným směrem do velké míry zajistí kvalitní zpracování podnikatelského plánu. Vytvoření podnikatelského plánu není jednoduché. Správné zpracování napomáhá podnikateli při překonání prvotních nezdarů, které mohou posloužit jako důležité poučení.

Hlavním cílem diplomové práce je na základě poznatků ze studia a literatury vytvořit podnikatelský plán, provést analýzy a zhodnotit ekonomickou realizovatelnost celého záměru pro podnik poskytující IT služby. Autor této práce má v úmyslu po ukončení navazujícího studia na Fakultě informačního managementu Univerzity Hradec Králové takový podnik provozovat. Společnost zpracovávaná diplomovou prací nese název OPIT.

Práce se skládá ze dvou částí, teoretické a praktické. Teoretická část se v první kapitole zaměřuje na pojmy spojené s podstatou podnikání a vysvětlením souvisejících pojmů. Následující kapitola nastiňuje princip Lean Canvas a sestavení podnikatelského plánu dle této metodologie. Samotný model je součástí příloh práce. Poslední kapitolou teoretické části je popsání struktury podnikatelského plánu. Praktická část práce obsahuje samotný podnikatelský plán, zde je jako první provedena analýza problému a současné situace. Následující kapitola obsahuje vlastní řešení podnikatelského plánu.

2 Podstata podnikání a základní pojmy

Jak již bylo zmíněno v úvodu práce, tato kapitola bude věnována definování pojmů v podnikání. Čtenář bude seznámen se základním teoretickým vysvětlením pojmů a forem podnikání.

2.1 Podnikání a podnikatel

Definice pojmu **podnikání** je v české legislativě k nalezení v živnostenském zákoně č. 455/1991 Sb. §2 a to: *„Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“*

Dřívější definice podnikání dle obchodního zákoníku č. 513/1991 Sb. §2 1, zrušeného ke dni 1.1.2014, zní: *„Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.“*

Na tento pojem však neexistují pouze pohledy legislativní, ale literatura nabízí další hlediska, jak lze podnikání vyjádřit.

Ekonomické pojetí – podnikání je zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty. (Veber, Srpová a kol., 2012)

Psychologické pojetí – podnikání je činnost motivovaná potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, vyzkoušet si něco, něco splnit. Podnikání v tomto pohledu je prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislosti, postavení se na vlastní nohy apod. (Veber, Srpová a kol., 2012)

Sociologické pojetí – podnikání je vytvářením blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytvářením pracovních míst a příležitostí. (Veber, Srpová a kol., 2012)

Právníké pojetí – podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. (Veber, Srpová a kol., 2012)¹

Základní rysy podnikání (Veber, Srpová a kol., 2012) jsou:

- cílevědomá činnost,
- iniciativní, kreativní přístupy,
- organizování a řízení transformačních procesů,
- praktický přínos, užitek, přidaná hodnota,
- převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu,
- opakování, cyklický proces.

Ve většině definic podnikání vystupuje také označení **podnikatel**, i na tento pojem myslí zákon. Konkrétně občanský zákoník č. 89/2012 Sb. §420 1, který definuje podnikatele takto: *„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“*

Stejně jako pro podnikání, tak i pro podnikatele nalezneme i jiné definice než jen ty legislativní. Dle Srpové (2010, s.15) je podnikatelem osoba realizující podnikatelské aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty vlastního kapitálu. Také osoba, schopná rozpoznat příležitosti, mobilizovat a využít své zdroje k dosažení nastavených cílů, i přes jistá rizika.

Charakteristické rysy podnikatele (Veber, Srpová, 2012, s.15):

- umění nacházet příležitosti, vytyčovat nové cíle, zabezpečení finančních prostředků nezbytných k podnikání, schopnost organizovat podnikatelské

¹ Viz zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění, § 2

aktivity (rozumět předmětu podnikání), podstupování rizika, sebedůvěra, vytrvalost, dlouhodobé nasazení, schopnost učit se ze zkušeností apod.

K podnikání a podnikateli je důležité vymezit pojem **obchodní korporace**. Toto vymezení opět závisí na hledisku, ze kterého je interpretováno. Legislativně je obchodní korporace definována v zákoně č. 90/2012 Sb. §2 takto: *„Obchodními korporacemi jsou obchodní společnosti a družstvo. Společnostmi jsou veřejná obchodní společnost a komanditní společnost, společnost s ručením omezeným a akciová společnost a evropská společnost a evropské hospodářské zájmové sdružení.“*

Všechny obchodní společnosti a družstva se povinně zapisují do obchodního rejstříku, bez takového zápisu žádná ze společností nevznikne.

Nejobecněji jde o subjekt, v němž dochází k přeměně zdrojů (vstupů) ve statky (výstupy). Obsáhleji je vymezen jako uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot (ať vlastních či pronajatých), které slouží podnikateli k provozování podnikatelských aktivit. (Veber, Srpová, 2012, s.15)

2.2 Živnostenské podnikání

Živnostenské podnikání upravuje a definuje zákon o živnostenském podnikání č. 455/1991 Sb. V §2 definuje živnost jako: *„Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“* Aby takové podnikání mohl podnikatel vykonávat, musí splňovat všeobecné podmínky provozování živnosti fyzickými osobami, uvedené v § 6 odstavci 1:

- a) Dosažení věku 18 let, nebo získání soudního souhlasu k samostatnému provozování činnosti,
- b) Bezúhonnost,
- c) Doložení toho, že fyzická osoba podnikající, ať současně či v minulosti, na území České republiky nemá daňové nedoplatky. Doklad lze získat na příslušném úřadě,

- d) Doložení toho, že fyzická osoba podnikající, ať současně či v minulosti, na území České republiky nemá nedoplatky na pojistném a sociálním zabezpečení, či příspěvku na státní podporu nezaměstnanosti.

2.2.1 Druhy živností

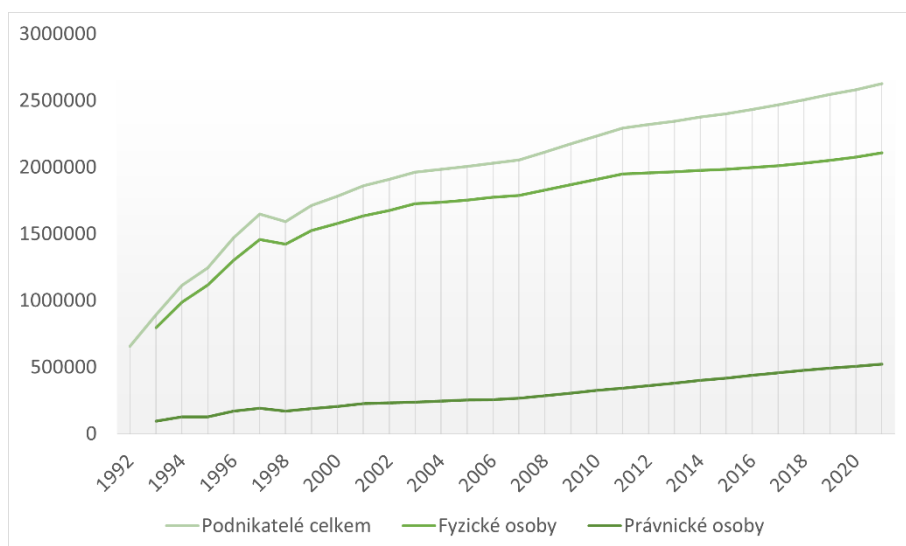
Dle zákona č. 455/1991 sb. lze rozdělit živnosti na **ohlašovací** a **koncesované**. Živnosti ohlašovací jsou živnosti, které smějí být při splnění stanovených podmínek, provozovány na základě ohlášení. Fyzická nebo právnická osoba, která hodlá provozovat ohlašovací živnost, je povinna to ohlásit živnostenskému úřadu. Ohlašovacími živnostmi jsou:

- **Živnosti řemeslné** – jsou živnosti upřesněny v příloze č. 1 živnostenského zákona. Pro získání takovéto živnosti je zapotřebí odborná způsobilost stvrzená výučním listem, nebo dosažením požadované praxe v oboru. Jde o obory, např. řeznictví, zednictví, klempířství, truhlářství.
- **Živnosti vázané** – vázané živnosti jsou popsány v příloze č. 2 živnostenského zákona. Zde je zapotřebí získání odborné způsobilosti. Příkladem je autoškola, provádění změn stavem a odstraňování staveb nebo realitní zprostředkování.
- **Živnosti volné** – jak je uvedeno v § 25 živnostenského zákona, jedná se o živnosti, které lze provozovat bez prokazování jakékoliv odborné způsobilosti, či jiné způsobilosti. Získání živnosti je podmíněno pouze všeobecnými podmínkami pro získání živnosti (§ 6 odstavec 1).

Oproti tomu živnosti koncesované mohou být vykonávány na základě koncese. Samotná koncese pro podnikání je udělována podnikatelům nejen na základě vyšší odborné způsobilosti, ale také v rámci vyjádření orgánů státní správy. Obory, kterých se to dotýká jsou sepsány v příloze č. 3 živnostenského zákona. Jako příklad bych uvedl výrobu a úpravu alkoholických nápojů, výrobu a ničení zbraní nebo ostrahu majetku a osob.

2.3 Podnikání v České republice

Tato část diplomové práce bude věnována základním statistickým údajům o podnikání v České republice. K poslednímu dni roku 2021 bylo v České republice evidováno 4 018 839 živnostenských oprávnění, z nichž 3 091 488 patřilo fyzickým osobám a 927 351 právnickým osobám. Celkový počet podnikatelů v roce 2021 byl 2 627 378, z čehož bylo 2 106 539 FO a 520 839 PO. V České republice podnikají jak ženy, tak i muži, jejich poměr je 36,6 % žen ku 63,4 % mužů. Z celkového počtu živnostenských oprávnění bylo zastoupení 2 061 192 mužů a 1 030 296 žen (Ministerstvo průmyslu a obchodu, © 2005–2021). Vývoj celkového počtu podnikatelů je uveden na obrázku 1.

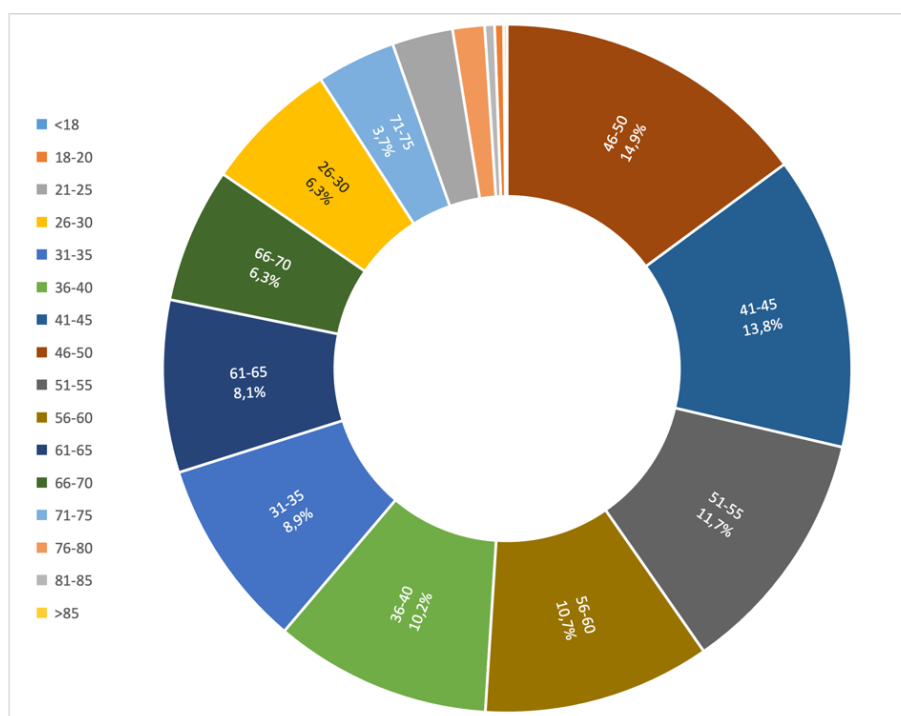


Obrázek 1: Vývoj počtu podnikatelů v České republice

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ministerstva průmyslu a obchodu (© 2005-2021)

Jak je zřejmé z obrázku 1, počet podnikatelů v čase se neustále zvyšuje. Výjimkou na grafu je rok 1997, kde se meziročně počet podnikatelů snížil. Za příčinou tohoto snížení stojí měnová krize v roce 1997, která nepřinesla pouze ekonomické problémy, ale také problémy politické. Například ekonomická krize roku 2008 na počet podnikatelů neměla téměř žádný vliv, což lze přisuzovat tomu, že zde nebyly politické dopady tak výrazné. Na obrázku lze rovněž vidět, že dopady koronaviru v letech 2019, 2020 a 2021, který zapříčinil celosvětovou pandemii a s tím spojené zpomalení růstu globální ekonomiky, se do počtu podnikatelů doposud neprojeví.

Podnikatelé mohou být rozděleni dle věku, ve kterém podnikají. Největší množství podnikatelů je ve věkovém rozmezí 36-55 let. Na obrázku 2 je vidět rozdělení podnikatelů do pětiletých intervalů, kde je jasně patrné největší zastoupení 14,9 % z celkového počtu podnikatelů ve věku 46-50 let. Nejmenší zastoupení mají podnikatelé do 18 let a nad 81 let.

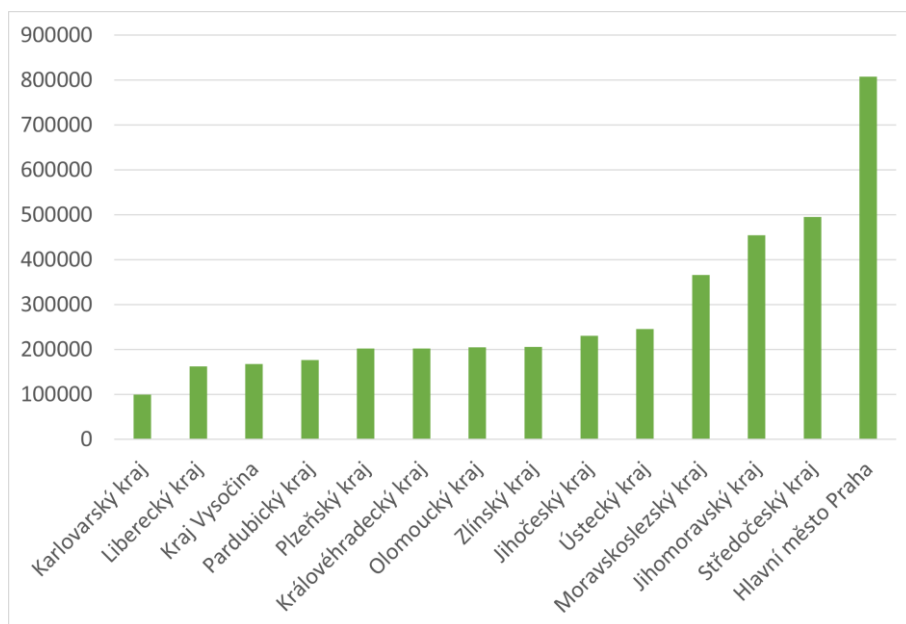


Obrázek 2: Věková struktura podnikatelů v České republice

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ministerstva průmyslu a obchodu (© 2005-2021)

Nejvíce podnikatelů v České republice sídlí v hlavním městě Praha. Metropole je pro podnikatele atraktivní geografickou polohou, infrastrukturou zákazníků i dodavatelů, vysokým počtem obyvatel, prestiží adresy hlavního města či anonymitou. Dalším z důvodů pro podnikání v hlavním městě, může být snaha vyhnout se finančním kontrolám úřadů, kde velký počet podnikatelů na jednom

místě zapříčiňuje jejich přetíženost. To dává podnikatelům relativní volnost a menší byrokratickou zatíženost.



Obrázek 3: Počty podnikatelů v jednotlivých krajích České republiky

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ministerstva průmyslu a obchodu (© 2005-2021)

Není neobvyklé, že v České republice podnikají i zahraniční podnikatelé. Největší zastoupení mají u nás občané Ukrajiny, jejichž počet byl na konci roku 2021 25 662. Druzí v pořadí jsou občané Slovenska s počtem 21 560. Třetí význačnou skupinou se zastoupením na 20 584 podnikatelů jsou občané Vietnamu. Celkem v České republice podniká 102 422 cizinců ze 161 zemí světa. (Ministerstvo průmyslu a obchodu, © 2005–2021)

2.4 Volba právní formy podniku

Pro podnikatele existuje hned několik právních forem podnikání, každá má svá specifika jak při zakládání, tak při provozování. Podnikatel se výběrem právní formy pro své podnikání nezaobírá pouze při založení nového podniku, ale také při tzv. transformaci. K transformaci dochází při změně právní formy již existujícího podniku. Výběr právní formy pro podnik je rozhodnutí dlouhodobého charakteru. Kritéria pro volbu právní formy podniku (Synek, 2011):

- Způsob a rozsah ručení.

- Oprávnění k řízení – možnost podílet se na rozhodnutích, řízení společnosti navenek.
- Nároky na počáteční kapitál.
- Administrativní a finanční náročnost pro založení podniku.
- Účast na zisku.
- Finanční možnosti – zejména přístup k cizím zdrojům.
- Daňové zatížení.
- Zveřejňovací povinnost.

Druhy společností dle právní formy podnikání jsou:

- a) Osoba samostatně výdělečně činná (fyzická osoba)
- b) Obchodní společnost
 - Osobní:
 - Veřejná obchodní společnost (v.o.s.)
 - Komanditní obchodní společnost (k.s.)
 - Kapitálová:
 - Společnost s ručením omezením (s.r.o.)
 - Akciová společnost (a.s.)
- c) Družstvo
- d) Státní podnik
- e) Evropské hospodářské zájmové sdružení
- f) Evropská družstevní společnost
- g) Evropská společnost
- h) Ostatní

Práce se dále bude více věnovat obchodním společnostem vzhledem k obsahu praktické části.

2.4.1 Obchodní společnosti

2.4.1.1 Veřejná obchodní společnost (v.o.s.)

Veřejnou obchodní společnost definuje zákon o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb., konkrétně potom § 95 až § 117. Tento zákon definuje veřejnou obchodní společnost jako společnost, ve které alespoň dvě osoby podnikají pod společnou firmou a ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně celým svým majetkem. Veřejná obchodní společnost může být označena zkratkou „v.o.s.“, pokud ale název společnosti nese jméno alespoň jednoho ze společníků, stačí dodatek „a spol.“.

Veřejná obchodní společnost musí být založena na základě smlouvy, a dle § 98 musí smlouva obsahovat:

- Firmu a sídlo společnosti,
- Určení společníků uvedením firmy, nebo názvu a sídla právnické osoby nebo jména a bydliště fyzické osoby,
- Předmět podnikání společnosti.

Vkladová povinnost společníkům ze zákona nevzniká, ovšem pokud by na základě jejich dohody vznikla, musí být zanesena ve společenské smlouvě.

2.4.1.2 Komanditní společnost (k.s.)

Komanditní společnost definuje zákon o obchodních korporacích č. 90/1991 Sb. Jedná o smíšený typ společnosti, která obsahuje jak prvky společnosti s ručením omezením, tak i prvky veřejné obchodní společnosti.

Založení k.s. lze minimálně ve dvou lidech, a to konkrétně komanditisty a komplementáře. Komanditista ve společnosti má v podstatě postavení společníka v s.r.o. a komplementář postavení společníků v.o.s.. Komanditista je oprávněn nahlížet do účetnictví a kontrolovat dané údaje, komplementář je osobou oprávněnou, a je tedy pověřen k vedení společnosti.

Vkladovou povinností je zatížen pouze komanditista, který je povinen vložit do základního kapitálu vklad určený společenskou smlouvou, minimálně však 5 000 Kč. Komanditista za své závazky ručí do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného

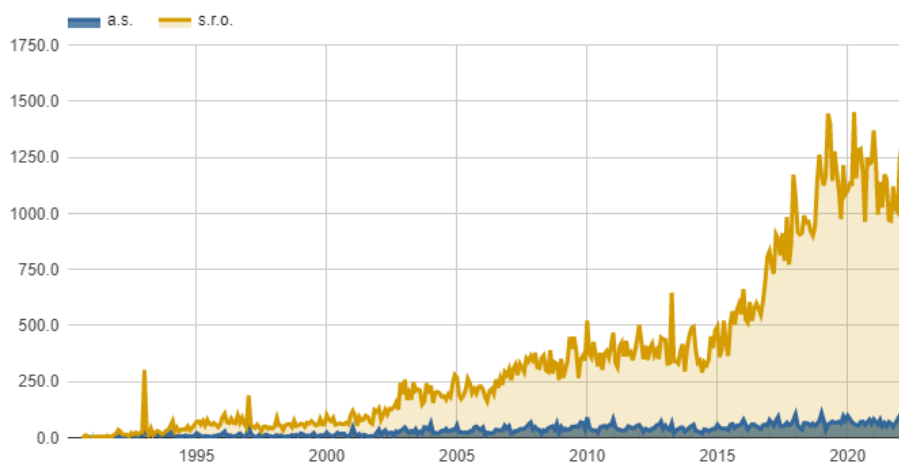
v obchodním rejstříku. Komplementář vkladovou povinnost nemá, ručí však za své závazky neomezeně celým svým majetkem.

Zisk a ztráta je dělena mezi komplementáře a komanditisty na polovinu, není-li ve společenské smlouvě určeno jinak.

2.4.2 Kapitálové společnosti

2.4.2.1 Společnost s ručením omezením (s.r.o.)

Společnost s ručením omezeným je nejrozšířenější právní formou společnosti pro podnikání právnických osob. Společnosti s ručením omezením, stejně jako ostatní právní formy podnikání, vymezuje zákon o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb., § 132 až § 242. Na obrázku níže jsou k nalezení data o nově vznikajících subjektech v obchodním rejstříku v ČR od roku 1991. Zde je patrné že počet nově založených společností s ručením omezeným meziročně násobně převyšuje společnosti akciové.



Obrázek 4: Počet nových subjektů v obchodním rejstříku

Zdroj: Kurzy.cz (2022)

Základní kapitál společnosti s ručením omezením je tvořen vklady společníků, společníci ručí za závazky společně a nerozdílně do výše souhrnu nesplacených částí vkladu všech společníků, dle zápisu v obchodním rejstříku. S.r.o. jako jediná může být založena i jednou osobou. Zákonem není stanovený maximální počet společníků,

platí však, že všichni společníci ručí do výše souhrnu nesplacených vkladů v obchodním rejstříku.

Základní kapitál je stanoven na minimálně 1 Kč, lze však pomocí společenské smlouvy stanovit vklad společníka. Do roku 2014 činila výše základního kapitálu 200 000 Kč. V případě vkladu nepeněžitého je zapotřebí ocenění znalce.

Nejvyšší orgánem společnosti je valná hromada skládající se ze všech společníků, kteří se zabývají interními záležitostmi společnosti. Statutárním orgánem společnosti jsou podnikatelé, může být pouze jeden. Jednatel je jmenován valnou hromadou, a každý z jednatelů je oprávněn k samostatnému jednání za společnost.

2.4.2.2 Akciová společnost (a.s.)

Akciová společnost je rovněž popsána v zákonu o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb., v § 243 až § 551. Akciovou společností je společnost, jejíž základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě. Společnost odpovídá za porušení svých závazků celým svým majetkem. Akcionář neručí za závazky společnosti.

Založení společnosti je možné jedním či více zakladateli, pokud společnost zakládá pouze jeden zakladatel, jedná se o právnickou osobu a musí být sepsána zakladatelská listina. Při počtu zakladatelů dva a více vznikají dvě situace, při kterých je společnost založena, a to:

- Bez veřejné nabídky akcií
- S veřejnou nabídkou akcií

Akciová společnost založená bez veřejné nabídky akcií znamená, že zakladatelé se v zakladatelské smlouvě dohodnou, a v určitém poměru upíší akcie na celý základní kapitál společnosti. Výše základního kapitálu je stanovena na 2 miliony Kč. Druhý případ je založení společnosti s veřejnou nabídkou akcií, kdy je základní kapitál stanoven na 20 milionů Kč. Nejvyšším orgánem akciové společnosti je valná hromada, kterou tvoří všichni akcionáři. Představenstvo je statutárním orgánem, který společnost řídí, svolává valnou hromadu a jedná jménem společnosti. Členové představenstva jsou voleni valnou hromadou a jsou nejméně tři.

Posledním orgánem společnosti je dozorčí rada, která dohlíží na vykonávání působnosti představenstva. Zároveň uskutečňuje podnikatelskou činnost společnosti. Počet členů dozorčí rady by měl být vždy dělitelný třemi, nejméně však tři.

2.5 Náročnost založení

Na webu ministerstva průmyslu a obchodu byl publikován Rádce (nejen pro začínající) podnikatele (Rádce (nejen pro začínající) podnikatele, 2018), který poskytuje informace o základních požadavcích pro zahájení, provozování nebo ukončení živnostenského podnikání. Konkrétně z informací o založení společnosti autor vychází pro srovnání minimálních finančních nákladů založení živnostenského podnikání (fyzické osoby), obchodní společnosti (s.r.o., v.o.s. k.s.) a akciové společnosti (a.s.). Tyto výdaje shrnuje tabulka 1.

Tabulka 1: Srovnání minimálních výdajů potřebných k založení podnikání

Položka výdaje	Živnostenské podnikání	Obchodní společnost (s.r.o.)	Akciová společnost
Ohlášení živnosti	1000	1000	1000
Další ohlášení živnosti	500	500	500
Užití místa státní správy (CZECHPOINT)	50	50	50
Úřední ověření podpisu	30	30	30
Sepsání notářského zápisu	-	4000	12800
Zapsání do obchodního rejstříku	-	6000	12000
Zapsání do obchodního rejstříku notářem	-	2700	8000
Odměna notáře za přímý zápis do obchodního rejstříku	-	300	500
Výpis z katastru nemovitostí (první strana)	100	100	100
Výpis z katastru nemovitostí (každá další strana)	50	50	50
Výpis z rejstříku trestů	100	100	100
Podnikatelský bankovní účet – vedení a založení	0	0	0
Celkem	1330	8030	22130

Zdroj: Vlastní zpracování na základě Rádce (nejen) pro začínající podnikatele

Návrh pro zapsání do obchodního rejstříku může podat jak sám podnikatelský subjekt nebo notář. Pro podnikání fyzických osob (živnostenského) je zápis do obchodního rejstříku povinný pouze v případě, že průměrná výše jejich příjmů za poslední dvě účtovací období dosáhla nebo přesáhla částku 120 000 000 Kč, nebo pokud provozují živnost průmyslovým způsobem.²

Místo státní správy (CZECHPOINT) lze využít pro výpis z informačního systému veřejné správy (rejstřík trestů, katastr nemovitostí), nebo ohlášení živnosti do registru živnostenského podnikání.

Podnikatelský bankovní účet je možné založit a vést bez jakýchkoliv poplatků. Téměř všechny banky na českém trhu poskytují variantu účtu pro podnikatele, ovšem ne všechny jsou zdarma. Takovou službu mají v portfoliu například mBank a jejich mKonto Business (mKonto Business, 2022) či například UniCredit Bank a jejich produkt U konto BUSINESS (U konto BUSINESS, 2021).

Založení podnikatelského bankovního účtu je podmínkou pro podnikání. Jedním z důvodů je, že při platbě nad 270 000 Kč musí být převod proveden bezhotovostně, což platí jak pro fyzické, tak i pro právnické osoby.³

2.6 Zdanění zisku z podnikání

2.6.1 Živnostenské podnikání

Podnikání fyzických osob podléhá nejen zdanění vytvořeného zisku, ale také (jako jediná zde vybraná právní norma) i platbám za sociální a zdravotní pojištění. Sazba daně z příjmu OSVČ je stanovena 15 % (v případě příjmů převyšujících 48násobek průměrné mzdy se zvyšuje na 23 %) ze základu daně. Ten se vyjadřuje veškerými příjmy, které přesahují výdaje k jejich dosažení.

² Zákon č. 304/2013 Sb. o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob, § 42 až § 45

³ Zákon č. 254/2004 Sb. o omezení plateb v hotovosti, § 3 a § 4

Zálohy na daň z příjmu jsou splatné za určité časové období s možností individuálního určení, v jakém intervalu budou uhrazeny. Záloha na daň z příjmu se netýká těch, jejichž poslední daňová povinnost nepřesáhla 30 000 Kč. Ti, kterýmž daňová povinnost nepřesáhla 150 000 Kč, platí zálohy na daň ve výši 40 % z dosažené částky v posledním období.

Minimální záloha na sociální pojištění je vypočítána z vyměřovacího základu, který činí čtvrtinu průměrné mzdy. Pro rok 2022 je průměrná mzda stanovena 38 911 Kč, čtvrtina tedy 9 728 Kč. Minimální zálohou je 29,2 % z minimálního vyměřovacího základu tedy 2 841 Kč. Obdobně je vypočítána i minimální záloha na zdravotní pojištění. Vyměřovací základ je stejný s tím, že u zdravotního pojištění je vyměřovacím základem polovina průměrné mzdy, tedy 19 455,50 Kč. Sazbou pro zdravotní pojištění je 13,5 % z vyměřovacího základu, tedy 2 627 Kč.

2.6.2 Komanditní společnost

Pokud společenská smlouva neuvádí jinak, je zisk rozdělen na polovinu mezi společnost a komplementáře. Tedy zisk komplementářů je daněn sazbou 15 % jako příjem fyzických osob, zatímco příjem komanditistů je daněn uvnitř komanditní společnosti sazbou 19 % a následně 15% daní z příjmu fyzické osoby.⁴

2.6.3 Společnost s ručením omezením

Společnost s ručením omezeným je povinna odvádět 19% daň z příjmu právnických osob. Výjimkou jsou příjmy společnosti z investičních, podílových a penzijních fondů, které podléhají dani 5 %. Další zdanění ve společnosti je vyplácení zisku fyzickým osobám. Výplata podílu na zisku všem společníkům je daněna srážkovou daní 15 %. Honorář jednatele / jednatelů za vykonávání jejich funkce je daněn stejně, jako v případě fyzických osob.⁵

⁴ Zákon č. 586/1992 Sb. o daních z příjmu, § 7 a § 20

⁵ Zákon č. 586/1992 Sb. o daních z příjmu, § 8 a § 21

2.6.4 Veřejná obchodní společnost

Veřejná obchodní společnost nepodává daňové přiznání. Výsledek jejího hospodaření je rozdělen mezi společníky ve společnosti rovným dílem. Tento díl je základem daně společníka ve společnosti, a podléhá sazbě daně 15 %, jako daň z příjmu fyzických osob.⁶

Výběr právní formy

Společnost s ručením omezeným se i přes vyšší náklady na založení a nevýhodu dvojího danění zisku jak pro právnické, tak pro fyzické osoby, jeví jako optimální volba pro účely této práce. Zejména proto, že je lze založit jednou osobou, základní kapitál může být 1 Kč a ručení do výše vkladu nesplaceného v obchodním rejstříku.

⁶ Zákon č. 586/1992 Sb. o daních z příjmu, § 20

3 Model Lean Canvas

Pro plánování založení společnosti OPIT bude rovněž využito modelu Lean Canvas, tato kapitola tedy model přibližuje. Lean Canvas modelu je v posledních letech hojně využíváno zejména ve spojení s tzv. „Startup“ projekty. Slovním spojením, na které lze velice často narazit, je „Lean Startup“. Pojem je složen ze dvou slov kde **„Lean“** z anglického "štíhlý", které použil Eric Ries, výzkumník Harvard Business School, k předcházení vzniku plýtvání. Zahrnuje identifikaci a eliminaci plýtvání ve všech procesech, od výzkumu až po výrobu. Ve zmíněném slovním spojení stojí mnohdy slovo také za *„metodu řízení stavějící na kultuře neustálého zlepšování (...) Je synonymem pro rychlost, jednoduchost, přehlednost, vytváření produktů a služeb bez zbytečných činností a zásob, omezení plýtvání, vyvažování procesů a navázání procesů na zákazníka“* (ManagementMania.com, 2015). Pojmem **„Startup“** se rozumí nově vznikající podnikatelský nápad, projekt či firma s podnikatelským záměrem, za účelem tvorby zisku. Cílem start-upů je co nejrychleji vyrůst v rentabilní, životaschopnou a stabilní společnost, která už není start-upem.

V případě Lean se jedná o soubor nástrojů a prostředků, které podnikatelům pomáhají zejména s rozjezdem a realizací samotného podnikání. Stručně řečeno, v rámci této metodiky společnost začíná tím, že se vydá na trh, aby se zeptala potenciálních zákazníků na názor na všechny prvky obchodního modelu: vlastnosti produktu, cenu, distribuční kanály a ekonomické strategie. Na základě těchto shromážděných údajů vytvoří startup minimální životaschopný produkt (MVP) a co nejrychleji požádá zákazníky o zpětnou vazbu. Na základě získaných odpovědí usiluje o nové verze a upravuje je, dokud nenajde ideální produkt.

„Lean Canvas je nástroj, který Vám pomůže podrobně zmapovat všechny aspekty vašeho nápadu. Jeho síla spočívá v tom, že aspekty, kterých je v modelu Alexandra Osterwaldera devět, ukáže v jednom obrazci, a tak přináší helikoptér view na vaši novou službu, produkt, podnikání.“ (Otavová, 2013)

Metoda Lean Canvas je poté pouze jedním z možných způsobů vypracování šablony podnikatelského záměru. Rozsáhlý dokument mnohdy zapříčiní informační dezorientaci, proto se začala využívat alternativní forma prezentace podnikatelského záměru, tzv. canvas model. Ve volném překladu se jedná o „model čistého plátna“. (Osterwalder, 2016). Model tzv. čistého plátna lze považovat za jakousi náhradu či zkrácenou verzi klasického „podnikatelského plánu“ a jeho zpracování by tak mělo vždy předcházet samotné realizaci projektu. Canvas modely obecně jsou založeny na jednoduchosti a přímočarosti, všechny informace v nich jsou umístěny do logických celků. Systematičnost a vysoká vypovídající hodnota umožňují modelům vysvětlení obchodního modelu bez nutnosti detailního popisu.

3.1 Tvorba modelu Lean Canvas

Zásady pro tvorbu modelu Lean Canvas stanovil její autor Ash Maurya ve své knize „*Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works*“ (Maurya, 2012). Zásady v knize zmíněné reflektují časté chyby začínajících podnikatelů vedoucí k vytvoření špatného produktu.

1. Dokumentace plánu
2. Identifikování rizikových částí
3. Systematické testování plánu

Maurya na základě výše zmíněných bodů vytvořil jednostránkový byznys model Lean Canvas.

3.2 Struktura modelu Lean Canvas

Důraz u modelu Lean Canvas je kladen na zamezení plýtvání – časem, energií, procesy, penězi – přesně tak, jak k tomu vybízí metodika Lean Startup. Pomyslné plátno modelu se skládá z devíti polí. Tato pole obsahují nejdůležitější oblasti, na které by se měl začínající podnikatel zaměřit. Tyto oblasti jsou:

1. **Problém** – pokud přicházíme s řešením, měla by po něm existovat poptávka. Jinými slovy alespoň jeden identifikovatelný problém. Každý segment

zákazníků má své vlastní problémy a cílem firmy je řešit je. Nad tímto stavebním kamenem bude vystavěno celé plátno.

2. **Zákazník** – pravděpodobně prvním krokem k pochopení podnikání bude zjištění, kdo je náš zákazník. Koneckonců jaké jsou problémy se dozvíme, až když budete znát ty, kteří se s nimi potýkají. Uvést zde můžeme i první vlašťovky – tzn.: první zákazníci, se kterými můžeme problém vyřešit – zpravidla rodina, přátelé, blízké okolí atd.
3. **Řešení** – když víme v čem a kdo má problém, je zapotřebí nabídnout řešení. To znamená minimální soubor funkcí a vlastností (Minimum Viable Product), který vám umožní dodat nabídku hodnoty z předchozího bloku.
4. **Unikátní nabídka hodnoty** – v tomto bloku se nachází, jak se naše firma odlišuje od ostatních, jakou hodnotu bude mít zákazník díky našemu produktu nebo službě. Proč si zákazník musí koupit právě u nás, a ne u konkurence.
5. **Cesty k zákazníkům** – zde musíte informovat o prostředcích použitých k oslovení zákazníků. To zahrnuje všechny marketingové, komunikační a distribuční kanály, které hodláme využít, a to jak z tradičních, tak z digitálních médií.
6. **Struktura nákladů** – všechny náklady potřebné k tomu, aby mohla být vykonávána podnikatelská činnost.
7. **Cena** – kolik náš zákazník zaplatí za můj produkt/službu? Cena a zvolený platební systém jsou velmi důležitou součástí nabídky. Může rozhodovat o případném úspěchu, resp. neúspěchu společnosti.
8. **Hlavní ukazatele** – je nutné stanovit ukazatele a metriky pro měření výkonnosti našeho podniku. Jedině tak můžeme sledovat, jak se společnosti daří.
9. **Neférová výhoda** – pravděpodobně nejtěžší otázka v celém plátně. Odpověď musí být něco, co nelze okopírovat, napodobit nebo získat – co je na trhu jedinečné.

PROBLEM	SOLUTION	UNIQUE VALUE PROPOSITION	UNFAIR ADVANTAGE	CUSTOMER SEGMENTS
1	3	4	9	2
EXISTING ALTERNATIVES	KEY METRICS	HIGH-LEVEL CONCEPT	CHANNELS	EARLY ADOPTERS
	8		5	
COST STRUCTURE		REVENUE STREAMS		
6		7		

Obrázek 5: Lean Canvas model

Zdroj: Vlastní zpracování dle Canvasgeneration (2022)

Postup zapisování do plátna je zobrazen na obrázku č. 5. Při vyplňování je podstatné vyplňovat stručně, jelikož vyplnění všech polí se musí vejít na jedinou stranu. Právě proto budou zaznamenávány jen ty skutečně nejdůležitější informace.

4 Podnikatelský plán

Následující kapitola se bude věnovat podnikatelskému plánu. Kapitola připraví teoretickou půdu pro praktickou část práce. Kromě rešerše definic podnikatelského plánu se věnuje uvedení jeho účelu a smyslu. Struktura podnikatelského plánu je rozvržena do jednotlivých podkapitol, neboť i nejjednodušší podnikatelský plán je dobré vytvářet dle již ověřených postupů.

Hned v úvodu se nabízí otázka, k čemu vůbec podnikatelský plán slouží, či jaké jsou důvody jeho sepsání. Tedy, před uvedením podnikatelského nápadu do života, je důležité ověřit jeho reálnost a životaschopnost. Důvodem sestavení může být potřeba získat chybějící finanční prostředky či najít společníka pro podnikání. Vypracování podnikatelského plánu je zejména pro začínající podnikatele přínosem, po jeho sestavení bude vyjasněna potřeba cizích zdrojů, finančních prostředků a jejich zhodnocení. (Srpová, 2011)

Podnikatelský plán popsal Veber ve své knize (Veber, 2012), jako: *„Podnikatelský plán je písemný dokument zpracovaný podnikatelem, popisující všechny podstatné vnější i vnitřní faktory související se zahájením podnikatelské činnosti či fungováním existující firmy.“*

Další definici podnikatelského plánu nabízí Orlík (Orlík, 2011), a to: *„Podnikatelský plán je definovaný jako písemný materiál, který popisuje všechny klíčové vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Jde o formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů.“*

Podnikatelský plán by měl poskytovat odpovědi na otázky:

- Kde se nyní nacházím?
- Kam se chci dostat?
- Jak toho dosáhnout?

Podnikatel by měl dopředu vědět, pro koho podnikatelský plán vytváří. Obsah podnikatelského plánu není stanoven nijak závazně, každý investor či banka požadují jinou strukturu a obsah. Investoři často z důvodu nedostatku času preferují

plán formou prezentace (např. MS PowerPoint), za to u bank se spíše počítá s tím, že budou vyžadovat více dokumentů a informací. (Srpová, 2011, s.14)

Podnikatelský plán zpracováváný v této diplomové práci má strukturu založenou na strukturách, jak dle Srpové (Srpová, 2011), tak i Svobodové (Svobodová, 2017):

1. Titulní list
2. Shrnutí
3. Popis podnikatelské činnosti
4. Analýza trhu (zákazníci, konkurence)
5. Marketingový plán
6. Finanční plán
7. Hodnocení rizik
8. Přílohy

Tato struktura bude zvolena pro vypracování podnikatelského plánu, rovněž jednotlivým bodům bude věnována vlastní podkapitola.

4.1 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu

Při zpracování podnikatelského plánu existují obecně platné zásady, které je dobré respektovat. Účelem je poukázání směru, jakým podnikatelský plán formulovat a zvýšit tak jeho rating v očích osob mimo podnik. Je vhodné, aby podnikatelský plán byl:

- **Srozumitelný** – při sestavování podnikatelského plánu je vhodné vyjadřovat se jednoduše, neprezentovat zbytečně mnoho myšlenek v jedné větě, přídavná jména vybírat opatrně, není potřeba s jejich počtem plýtvat. Sebelepší stylizace a kompozice jednoho podnikatelského plánu vezme za své, když nebude doložena čísly.
- **Logický** – myšlenky a skutečnosti uvedené v plánu musí na sebe navazovat, musí být podloženy fakty, tvrzení obsažená v plánu si nesmí odporovat.
- **Uváženě stručný** – myšlenky či závěry obsažené v plánu je potřeba uvádět stručně, ovšem v žádném případě ne na úkor uvedení základních faktů.

- **Pravdivý a reálný** – pravdivost a reálnost informací uvedených v plánu, by měla být samozřejmostí.
- **Respektování rizika** – podnikatelský plán se týká budoucnosti. Pro řadu podnikatelů je problém dobře se orientovat v současné chaotické realitě, předvídat budoucí vývoj je tedy daleko obtížnější. Respektování rizik a jejich identifikace zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského plánu.

4.2 Struktura podnikatelského plánu

4.2.1 Titulní list

Titulní list podnikatelského plánu slouží jako identifikační a reprezentativní část. Zde je na místě, aby byl uveden obchodní název firmy, logo firmy (pokud existuje), název, autor a datum založení. (Srpová, 2012)

Za titulní stranou následuje obsah, včetně seznamu příloh. V této úvodní části dokumentu se může vyskytnout i úvod, účel a pozice dokumentu, které přiblíží čtenáři, v jaké fázi je jim plán prezentován a pro koho je plán určen.

Pokud plán slouží pro získání cizího kapitálu od investorů dle Hisricha je důležité, aby obsahoval (Hisrich, 1996):

- Název a sídlo firmy.
- Jména společníků, kontakt a IČO.
- Popis společnosti a povahy podnikání (jeden odstavec).
- Částka potřebných finančních prostředků včetně uvedení jejich struktury (akcie, obligace, aj.), pokud bude struktura na rozhodnutí autora plánu. Mnozí investoři dávají přednost vlastnímu stanovení této struktury.
- Prohlášení o důvěrnosti zprávy, které je důležité pro podnikatele a je uvedeno z bezpečnostních důvodů.

Prohlášení za účelem bezpečnosti na titulním listu, zmiňuje nejenom Hisrich, ale i Srpová ve své knize (Srpová, 2012), konkrétně jako: *„Informace obsažené v tomto dokumentu jsou důvěrné a jsou předmětem obchodního tajemství. Žádná část tohoto dokumentu nesmí být reprodukována, kopírována nebo jakýmkoliv způsobem*

rozmnožována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora.“

4.2.2 Shrnutí

Tato část nazývaná také Exekutivní souhrn, z anglického „*Executive Summary*“, je vytvořena až po dokončení všech ostatních částí podnikatelského plánu. Shrnutí by nemělo být chápáno jako úvod, nýbrž jako stručný popis toho, co je na následujících stránkách obsaženo. Cílem shrnutí je vzbudit zvědavost a zájem pokračovat ve čtení následujících stránek podnikatelského plánu. (Veber, Srpová, 2012)

Rozsah shrnutí není pevně stanoven, a i zdroje informací se liší. Srpová ve své knize zmiňuje (Srpová, 2012): „*Rozsah závisí na charakteru podnikatelského záměru a na výši potřebného kapitálu. Hlavní problém spočívá v tom, jak zhustit množství důležitých informací na malý počet stran.*“. ČSOB ve svém Průvodci podnikáním zmiňuje rozsah od ½ do 2 stran, s tím že by mělo obsahovat (ČSOB, 2022):

- Popis produktu, který bude předmětem podnikání
- Pro koho je produkt určen
- Důvody úspěchu konkrétního podnikatelského plánu
- Podnikatelské cíle, cesta k dosažení cíle, potřebný kapitál a jeho zhodnocení

4.2.3 Popis podnikatelské činnosti

Tato část se věnuje objasnění podnikatelské příležitosti. Zde je dobré popsat konkurenční výhody produktu a přidané hodnoty pro zákazníka.

4.2.3.1 Popis produktu

Popis produktu poskytuje jak fyzické vlastnosti výrobku, tak i vlastnosti v případě služeb. Zde je na místě také uvést, zda se jedná výrobek doposud nenabízený na trhu, nebo už o produkt s konkurencí. Důležité je zmínit doplňkové služby spojené s nabízeným jako opravářské služby, servisní podpora zákazníků, zaškolení, instalace, montáže pro správné používání výrobků nebo poradenské služby. Pokud jsou tyto služby nabízeny, je potřeba uvést kdo bude jejich vykonavatelem a zda je jejich realizace v ceně produktu.

Pokud je produktem společnosti služba, tato část specifikuje, v čem služba spočívá, jak funguje a co je potřeba k jejímu poskytnutí. (Srpová, 2011)

4.2.3.2 Konkurenční výhoda

„Náš výrobek nebo služba musí mít konkurenční výhodu, musí být lepší než konkurenční nabídky. Zejména dnes, kdy vládne tvrdá konkurence, nováčkovci na trhu nestačí být stejně dobrý jako ostatní firmy. (...) Musíme tedy prokázat, že přicházíme s lepší nabídkou pro zákazníka, zajímavější koncepcí, profesionálnějším servisem, že lépe řešíme problémy zákazníků.“ (Srpová, 2011)

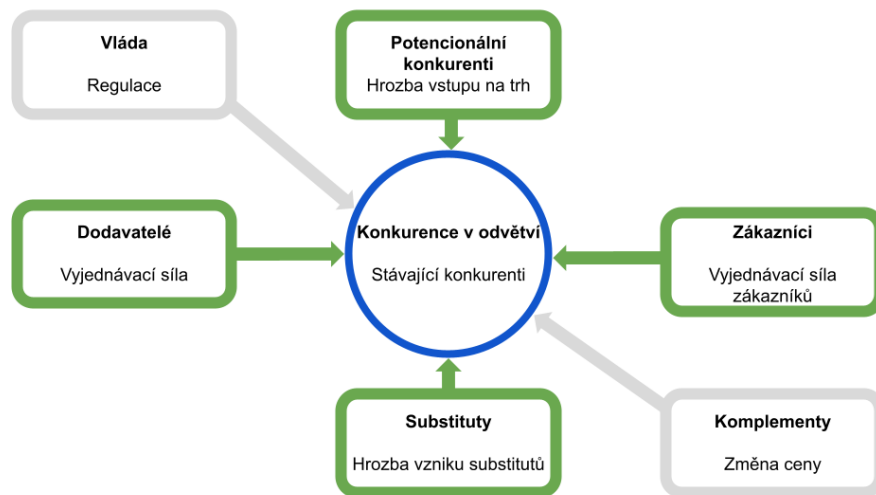
Za konkurenční výhodu lze považovat kvalita výrobku nebo služby, zákaznický servis, rychlejší uvedení na trh, nová technologie či například marketing. Konkurenční výhoda získaná cenou, je udržitelná pouze krátkodobě.

4.2.4 Analýza trhu

Analýza odvětví (tržního prostředí) je klíčovou pro začínající podnikatele, jelikož dle ní se odvíjí další plánování, strategie a analýzy. Tato kapitola podnikatelského plánu zahrnuje analyzování konkurence, analyzování potencionálních zákazníků a odvětví. Trh je prostředí, do kterého vstupuje podnikatel se svým produktem. Bylo by nesprávné se domnívat, že toto prostředí je prázdné, neboť mimo podnikatele do tržního prostředí vstupují zákazníci, dodavatelé i konkurence. Všechny výše zmíněné subjekty mezi sebou v tomto prostředí interagují, čímž ho dotváří a ustavičně mění. (Veber, Srpová, 2012)

Porterův model pěti sil (5F) se snaží odvodit konkurenční tlak a sílu samotné konkurence v odvětví. K dosažení tohoto cíle rozebírá pět klíčových sil, na kterých konkurenceschopnost firmy závisí (ManagementMania, 2016):

- Stávající konkurence
- Potencionální konkurence
- Smluvní síla dodavatelů
- Smluvní síla kupujících
- Hrozba vzniku substitutů

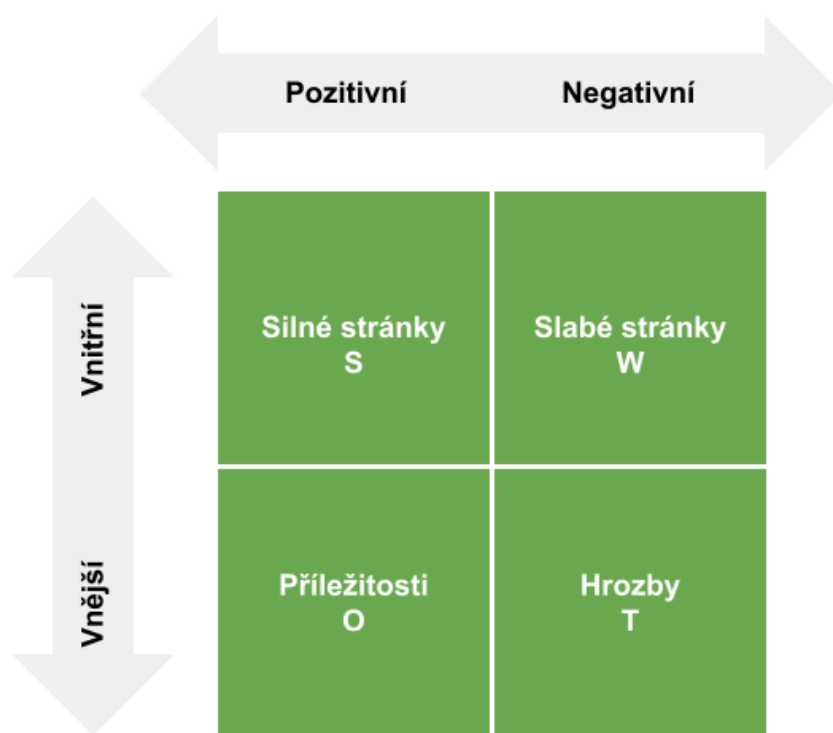


Obrázek 6: Porterův model 5F

Zdroj: Vlastní zpracování

SWOT analýza je univerzální nástroj pro zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů, které firmu ovlivňují z hlediska úspěchu, či nějakého konkrétního záměru viz obrázek č. 7. SWOT je akronym z počátečních písmen:

- Strengths – silné stránky
- Weaknesses – slabé stránky
- Opportunities – příležitosti
- Threats – hrozby



Obrázek 7: SWOT analýza

Zdroj: Vlastní zpracování

Silné a slabé stránky může firma svým chováním přímo ovlivnit – jedná se tedy o faktory interní. Příležitosti a hrozby nemůže firma přímo ovlivnit, ale je možné na ně vhodně reagovat – externí faktory. Cílem SWOT je identifikovat a následně omezit slabé stránky, napomáhat zlepšování silných stránek, hledat nové příležitosti a znát hrozby. Firma by měla využívat příležitostí, které se jí naskytanou a bezpečně předcházet hrozbám. (ManagementMania, 2019)

PEST analýza podniku poskytuje informace o faktorech makroprostředí, kterým může být podnik vystaven, nebo které ho přímo ovlivňují (např. musí se jimi řídit), nebo mohou být důležité pro jeho činnosti. Faktory ovlivňující podnik jsou (ManagementMania, 2015):

- **Politicko-legislativní faktory** – určují do jaké míry může vláda ovlivnit podnikatelskou činnost. Zahrnuje politickou stabilitu, legislativu regulující podnikání, ochrana spotřebitele, ochranu životního prostředí apod.

- **Ekonomické** – jedná se o faktory ovlivňující výkonnost ekonomiky. Jako ekonomický růst, inflace, úrokové míry, vývoj cen energií, daňové zatížení a další.
- **Sociální** – dají se zařadit i kulturní faktory, také úzce souvisí se zaměstnaností. Například tedy úroveň vzdělání, přístup k práci a volnému času, změny životního stylu.
- **Technologické** – pracují s inovacemi a vývojem. Jedná se o nové technologie, patenty, strojové učení, umělá inteligence, internet.

Samotná analýza PEST v některých případech nestačí a využívá se proto rozšířená verze PESTLE (či PESTEL, či STEPEL). Pro podrobnější analyzování vnějších faktorů ovlivňující podnikání se zde přidávají:

- **Legislativní** – zahrnuje vlivy národní, mezinárodní nebo například evropské legislativy, které ovlivňují podnikání.
- **Ekologické** – místní, národní problematika životního prostředí a otázky zabývající se jejich řešením.

4.2.5 Marketingový plán

Marketing a dále pak prodej mají na celkovém budoucím úspěchu firmy značný podíl, je tedy důležité čtenáře podnikatelského plánu přesvědčit o dobré marketingové a obchodní strategii. (Srpová, 2011)

V této části podnikatelského plánu by měl být jasně vymezen způsob, kterým se podnikatel dostane k zákazníkovi, a jakým způsobem bude proveden prvotní kontakt. S marketingem společnosti by měli být seznámeni všichni zaměstnanci a měl by být záležitostí celého podniku. Právě potom pro malé a začínající podniky je dobrý marketing podstatný pro snížení podnikatelského rizika.

4.2.5.1 Marketingový mix

Marketingový mix tvoří nástroje, které se navzájem kombinují. Nejznámější je tzv. 4P, skládající se ze čtyř nástrojů a tento klasický mix tvoří:

- Produkt (product)

- Cena (price)
- Distribuce (place)
- Propagace (promotion)

S rozvojem marketingu nyní existuje více modifikací základního mixu. Některé firmy využívají 7P, kde se k základním čtyřem přidají ještě prvky – politics (politicko-společenské rozhodnutí), public opinion (veřejné mínění) a people (lidské zdroje). V souvislosti rozvoje řízení vztahů se zákazníky a vztahového marketingu používá mix zaměřen právě na zákazníka 4C – customer (zákazník), cost (náklady na zákazníka), convenience (pohodlná dostupnost), communications (komunikace). (Srpová, 2011)

Produkt – je nejdůležitějším prvkem celého marketingového mixu, tvoří podstatu nabídky na trhu a bezprostřední uspokojení potřeb zákazníků. Produkt je tedy jakýmsi jádrem marketingu. Tato část podnikatelského plánu zahrnuje rozhodnutí o tom, jaké produkty budou uvedeny na trh, vlastnosti produktu (značka, design, balení, záruka atd.), v jakém objemu bude nabízen a s jakými dalšími službami. (Srpová, Řehoř, 2010)

Cena – nejobecněji lze cenu vnímat jako peněžní vyjádření hodnoty produktu nebo služby. Dále také lze být vyložena jako takový obnos peněz, který je zákazník ochoten zaplatit a prodejce přijmout. Celá cenová politika a její význam stojí na faktu, že výška a stabilita ceny produktu nebo služby vytváří příjmy, na kterých je závislá existence a prosperita podniku. Určování ceny je tedy hledání vhodného kompromisu pro podnikatele a zákazníka.

Určení ceny vychází ze zjištěných nákladů, nabídky konkurence, i s přihlédnutím do marketingového mixu. Cena se dále určí na základě cenové politiky společnosti, které se podřizuje pro splnění firemních cílů. Dle Srpové tyto cíle cenové politiky mohou být (Srpová, 2011):

- Orientace na přežití – vysoký počet konkurentů nebo přebytek zásob produktu. Možné pouze krátkodobě, nastavená cena negeneruje zisk.

- Orientace na maximalizaci zisku – cena je stanovena tak, aby přinesla maximální zisk, resp. max. míru z výnosu investice.
- Orientace na co největší podíl na trhu – vychází z předpokladu, že firma s největším podílem na trhu má nejnižší náklady a dlouhodobě nejvyšší zisk. Stanovení ceny na základě konkurence, kdy bude cena nastavena průměrně až podprůměrně.

Distribuce – hlavním úkolem distribuce v podnikatelském plánu je vysvětlit prodejní strategii a popsat využití distribučních cest. Distribuce řeší, jakým způsobem se přesune produkt k zákazníkovi. Při volbě neoptimálnějších cest je potřeba nalézt odpovědi na otázky: „*Budeme samostatně zajišťovat všechny prodejní aktivity? Bude prodej probíhat přímo konečným zákazníkům?*“ (Srpová, 2011).

Propagace – pravděpodobně nejviditelnější složka marketingového mixu. Propagace má za cíl stimulovat poptávku k samotnému nákupu. V literatuře jsou zmíněny propagační cíle:

- Informační – poskytovat informace o produktu, jeho vlastnostech, kvalitě nebo způsobu využití.
- Emocionální – zvyšovat pozitivní preference a postoje k produktu.

Pro marketingovou komunikaci směrem k zákazníkovi je často využíván tzv. komunikační mix. Jeho jednotlivé složky jsou:

- Reklama – neosobní forma komunikace pomocí médií (sociální sítě, reklamní nápis, bannery na webu atd.). Nevýhodou je jednostrannost komunikace snižující naléhavost. Možnost oslovení široké skupiny spotřebitelů.
- Podpora prodeje – realizuje se u konečných zákazníků jako bonus k prodeji produktů. Možnostmi přidání hodnoty pro zákazníka mohou být cenové zvýhodnění, soutěže či věrnostní programy.
- Vztahy s veřejností – úlohou vztahů s veřejností je zlepšení obrazu firmy v očích veřejnosti a nepřímo ovlivnit poptávku po produktu. Dobré vztahy s veřejností mohou pomoci získat nové zákazníky, budovat nebo posílit

postoj spotřebitelů. Může se jednat o sponzorství, tiskové konference, výroční zprávy, podnikové časopisy, merchandising a další.

- Osobní prodej – nejvíce efektivní, rovněž ale nejvíce nákladná forma komunikace. Získávání nových zákazníků formou přímých dialogů. Výhodou je komunikace v obou směrech (na rozdíl od reklam).
- Přímý marketing – bezprostřední poskytování informací zákazníkům. Je využíváno zejména telefonů, emailu, poštovních zásilek. Získávání zpětné vazby, pomocí průzkumu názorů zákazníků.

4.2.6 Hodnocení rizik

Riziko ve spojení s podnikatelskou činností je chápáno jako negativní odchýlení od stanovených cílů. Každá riziková situace je něčím zapříčiněná, proto je analyzování a hodnocení rizik v podniku výhodné. Poskytuje nejen nastínění pravděpodobnosti vzniku rizikové situace, ale rovněž pomáhá při nastavení opatření pro předejití těchto situací.

Rizikové faktory ovlivňující podnik mohou být změna legislativy, zvýšení variabilních či fixních nákladů, vstup nové konkurence atd. Významnost faktorů je tím vyšší, čím je vyšší pravděpodobnost jeho výskytu a následného negativního dopadu.

Dle Korába (2007) existují 4 klíčové kroky pro řízení rizik:

1. **Identifikace rizikových faktorů** – stanovení činností, příčin a důvodů, které mají negativní vliv na podnikání.
2. **Kvantifikace rizik** – určení míry rizika a dopad výskytu rizika.
3. **Plán rizikových scénářů** – návrh řešení pro případ výskytu rizika.
4. **Monitoring a řízení**

4.2.7 Finanční plán

Finanční plán přeměňuje předchozí části podnikatelského plánu do finanční podoby s tím, že prokazuje ekonomickou reálnost podnikání. Finanční plán je vytvářen pro více let dopředu, minimální plánovací období je po dobu neziskovosti firmy. Pro účely této práce bude využita struktura finančního plánu skládající se z částí:

- Plánované výnosy a náklady
- Výkaz zisku a ztrát
- Zahajovací rozvaha
- Výkaz cashflow
- Finanční analýza

4.2.7.1 Zahajovací rozvaha

Do plánované rozvahy je zanesen očekávaný vývoj majetku podniku a zdrojů, ze kterých bude financován. Doporučené je sestavovat počáteční rozvahu za první pololetí, za další období potom ke každému 31.12. daného období. Rozvaha informuje nejen o plánování obnovy majetku a jeho struktuře, ale také o zdrojích financí při zahájení podnikatelské činnosti, o systému akumulace zdrojů z nerozděleného zisku, nebo o předpokládaném splácení cizích zdrojů. (Srpová, 2011)

Tabulka 2: Zahajovací rozvaha

Rozvaha	
Aktiva	Pasiva
Hmotný dlouhodobý majetek	Základní kapitál
Nehmotný dlouhodobý majetek	Závazky
Zásoby	Bankovní úvěry
Peníze	Půjčky
Účty v bankách	
Celkem	Celkem

Zdroj: Vlastní zpracování

Při sestavování plánované rozvahy by měl podnikatel najít cestu k bilanční rovnici neboli rovnici, v níž se aktiva rovnají pasivům. Zahajovací rozvahu shrnuje tabulka č. 2.

4.2.7.2 Výkaz cashflow

Výkaz o peněžních tocích neboli cashflow podává informace o pohybu finančních prostředků firmy v souvislosti s její podnikatelskou činností. Dále také informuje o stavu peněžních prostředků k určitému datu. Výkaz o peněžních tocích může být sestaven dvěma způsoby (Veber, Srpová, 2012):

- **Přímou metodou**, která předpokládá evidování příjmů a výdajů uvnitř firmy.
- **Nepřímou metodou** založenou na údajích z finančního účetnictví. Základem pro zjištění peněžních toků je hospodářský výsledek, který je upraven o náklady nesouvisejícími s výdaji a výnosy nesouvisejícími s příjmy.

Je na místě doplnit výkazy cashflow o stručný komentář. Výstupy finančního plánování je nutné sestavit na reálných podkladech. Sestavení tedy musí být zpracováno na základě dílčích plánů, které musí být navzájem provázány. (Srpová, 2011)

4.2.7.3 Plánovaný výkaz zisku a ztráty

Výkaz zisku a ztráty neboli výsledovka eviduje výnosy, náklady a výsledek hospodaření v určitém časovém období. Také poskytuje informace, zda firma bude schopna zaplatit úroky, splátky úvěru z vytvořené výše zisku apod. Sestavený výkaz výsledků hospodaření (zisku a ztráty) obsahuje tři klíčové ukazatele:

- **EBIT** (zisk před odečtením daní a úroků) provozní výsledek hospodaření říká, kolik si firma vydělala svou běžnou podnikatelskou činností, tj. tím, co obvykle dělá mimo operace na financích tržích.
- **EBT** (hospodářský výsledek před zdaněním) finanční výsledek hospodaření říká, kolik firma vydělala v rámci své finanční činnosti.
- **EAT** (výsledek hospodaření po zdanění)

4.2.7.4 Finanční analýza

Za finanční analýzu lze považovat soubor činností pomocí kterých je zjištěna a komplexně vyhodnocena finanční situace podniku. Poskytuje tedy přehled o stavu podniku, ze kterého je vycházeno při rozhodování o budoucích činnostech. Díky finanční analýze zjišťujeme, zda je podnik dostatečně ziskový, zda je správně nastavena kapitálová struktura, či zda je schopen včas splácet závazky a další.

Finanční analýza využívá hned několik ukazatelů. Rozvaha obsahuje údaje k určitému okamžiku, jedná se tedy o stavový ukazatel. Výkaz zisku a ztráty ve formě

výnosů a nákladů udává údaje za daný časový interval, jde o tokový ukazatel. Z rozdílu stavových ukazatelů lze získat rozdílové ukazatele. Jestliže vykázaný údaj dáváme do poměru s jiným údajem, pracujeme s poměrovými ukazateli. (Knápková, 2017)

Základním metodickým nástrojem finanční analýzy jsou poměrové ukazatele. Jedná se o číselný vztah mezi jednotlivými ukazateli. Podstata těchto ukazatelů tkví v tom, že dávají do poměru položky rozvahy, cashflow i výkaz zisku a ztrát. Nejpoužívanější poměrové ukazatele jsou – ukazatele likvidity, rentability a zadluženosti.

Ukazatele rentability poskytují informace o efektivitě podnikatelské činnosti neboli hodnotí ziskovost podniku. Jelikož se jedná o číselné vyjádření, můžeme říci, že vyšší hodnoty znamenají lepší výsledek. Matematicky se jedná o poměr zisku z podnikatelské činnosti se zdroji použitými k dosažení. Ukazatelé rentability mohou být (Knápková, 2017):

- **Rentabilita vlastního kapitálu** – vyjádření skutečné míry zhodnocení vlastního kapitálu. Vyjadřuje čistý zisk z každého investovaného kapitálu. Výpočet: $ROE = EAT / \text{vlastní kapitál}$
- **Rentabilita investovaného kapitálu** – vyjadřuje výkonnost investovaného kapitálu bez ohledu na strukturu kapitálu. Výpočet: $ROI = EAT / \text{dlouhodobý kapitál}$
- **Rentabilita celkových aktiv** – vyjadřuje schopnost podniku generovat zisk z jeho vlastních aktiv. Výpočet: $ROA = EBIT / \text{aktiva}$

Ukazatele likvidity poukazují na rychlost podniku splácet své krátkodobé závazky. Využívají se tři varianty ukazatelů v závislosti na likvidnosti oběžného majetku, a to (Knápková, 2017):

- **Běžná likvidita** – ukazuje kolikrát pokrývají běžná aktiva krátkodobé závazky společnosti, tedy kolikrát je schopen tyto závazky pokrýt. Nazývá se také likviditou 3. stupně. Doporučená hodnota tohoto ukazatele je 1,5 – 2,5. Výpočet: $\text{běžná likvidita} = \text{oběžná aktiva (peníze v pokladně a na bankovním účtu)} / \text{krátkodobé závazky}$

- **Pohotov likvidita** – pohotov likvidita nebo také likvidita 2. stupně vypot poměr oběžných aktiv mínus zásoby ke krtkodobm dluhům. Výpočet: Pohotov likvidita = (obžn aktiva – zásoby) / krtkodob dluhy
- **Okamžit likvidita** – okamžit likvidita, nazvan také jako likvidita 1. stupně. Jedná se o poměr pohotových platebních prostředků k dluhům s okamžitou splatností. Výpočet: okamžit likvidita = pohotov platební prostředky / dluhy s okamžitou splatností.

Ukazatele zadluženosti hodnot uvrov zatížení společnosti tedy uvádějí vztah mezi vlastními a cizími finančními zdroji.roven zadlužení by firmu neměla nijak zsadn zatěžovat vysokými finančními náklady. Vysok zadluženost podniku by měla být podmíněna vysokou rentabilitou (Knpkov, 2017):

- **urokov kryt** – říká kolikrát výsledky hospodaření firmy pokrvjroky z poskytnutchvr pro danuetn období. Výpočet:urokov kryt = (HV + nkladovroky) / nkladovroky.
- **Míra zadluženosti** – ukazatel vznamn pro banku z hlediska poskytovnvru. Cizí zdroje by měly být menší než jeden a půl násobek vlastního mn firmy, optimální pokud jsou cizí zdroje nižší než vlastní (tzn. hodnota ukazatele nižší než 1). Výpočet: míra zadluženosti = cizí zdroje / vlastní jmění
- **Celkov zadluženost** – zobrazuje celkov zadlužení firmy, resp. kryt firemního majetku cizími zdroji. Výpočet: celkov zadluženost = cizí zdroje / celkov aktiva.
- **Koeficient samofinancování** – zobrazuje do jaké míry je firma schopna pokrývat sv potřeby z vlastních zdrojů. Výpočet: koeficient samofinancování = vlastní jmění / celkov aktivita.

4.2.8 Prlohy

Rozsah prloh je zvisl od podnikatelského plánu, jedná se o podprnou dokumentaci. Zejména se do prlohy zařazují dokumenty, jako např. životopis

klíčových osob, výpis z obchodního rejstříku, technické výkresy, obrázky, zprávy, články, smlouvy apod. (Srpová, 2011)

5 Analýza problému a současné situace

5.1 Titulní list

Společnost je zaměřena na servis počítačů, notebooků a tabletů. Do portfolia spadá také záchrana dat z poškozených nosičů, tvorba webových stránek a webových prezentací. Nově vznikající společnost má za cíl během následujících tří let růst na alespoň 1 stálého zaměstnance a čistého zisku alespoň 900 000 Kč.

Financování podnikatelských a dalších činností bude hradit zakladatel společnosti z vlastních zdrojů.

5.2 Exekutivní souhrn

Podnikatelským záměrem společnosti OPIT (akronym pro Ondřej Podolský IT) společnost s ručením omezeným bude poskytování služeb v oblasti servisu počítačů, notebooků či tabletů.

Společnost bude poskytovat kvalitní, pečlivé a zakázkové služby jako oprava hardwarových součástí počítače, softwarové služby jako záchrana dat či čištění počítače. Další služby společnosti se budou týkat tvorby webových prezentací či správa webového obsahu pro firemní klienty. S dostatečným finančním zázemím společnost plánuje ke svým službám připojit zakázkovou výrobu webových stránek, správu sítí a zavádění bezpečnostních systémů (tyto poměrně výnosné složky nebudou zařazeny při zavedení zejména z důvodu časové, znalostní a finanční náročnosti).

O konkurenci je možné říci, že v odvětví je poměrně vysoká, i přesto má koncový trh dostatečný potenciál zákazníků ke vstupu nového podniku.

5.3 Analýza stavu

5.3.1 PEST Analýza

PEST (STEP) analýza je zaměřena na vnější faktory společnosti, které podnik přímo ovlivňují, nebo na ty, které jsou pro činnost podniku důležité. Nedůležité faktory analýzy jsou v popisu zestručněny.

Politicko-legislativní hledisko

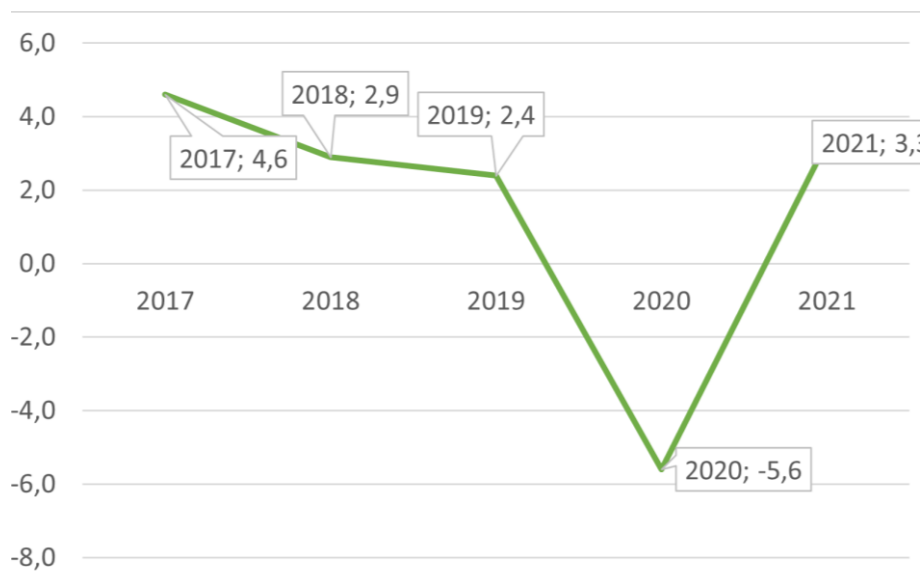
Politická situace v České republice se dá považovat za relativně dlouhodobě stabilní – i přes fakt, že v roce 2021 byla Centrem pro výzkum veřejného mínění zveřejněna tisková zpráva, ve které pouze 33 % oslovených vyslovilo důvěru vládě a 36 % prezidentovi. S politickou situací bylo spokojeno 11 % občanů, nespokojenost vyjadřovala více než polovina (55 %) veřejnosti. (OVVM, 2022) Šetření probíhalo za minulé vlády Andreje Babiše. Výsledky byly dozajista poznamenány nastavením protiepidemických opatřeními z důvodu omezení šíření nemoci COVID-19, polickými skandály premiéra České republiky či čtyřnásobnou výměnou ministra zdravotnictví v průběhu začínající pandemické situace.

Současná vláda byla ustanovena na základě voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky, které se konaly v říjnu 2021. Úřadu se ujala v prosinci 2021. Vládu tvoří koalice Spolu (ODS, KDU-ČSL a TOP 09) s koalicí Piráti a Starostové (Piráti a STAN). Aktuálně započal poslední rok vládnoucího období prezidenta Miloše Zemana. Předsedou vlády je Petr Fiala (Spolu, ODS).

Ekonomické hledisko

V následující části budou stručně rozebrány makroekonomické faktory. Průměrná meziroční míra inflace v České republice dosahuje v roce 2022 za posledních 20 let nejvyšší hodnoty a to 9,9 %. Ke zvýšení došlo i u cen elektřiny o 38,6 %, zemního plynu o 31,3 % a barelu ropy o 33,8 %. Zvýšení spotřebitelských cen bylo částečně ovlivněno návratem DPH u cen elektřiny a zemního plynu. (Kurzy, 2022) Momentální nárůst cen zejména u ropy a zemního plynu je způsoben Ruskou invazí na Ukrajinu, jelikož velká část tohoto nerostného bohatství je k nám dopravena právě z Ruska, na které byly uvaleny politické a ekonomické sankce.

HDP se používá se pro vyjádření výkonnosti ekonomiky v peněžních jednotkách. Jedná se o sumu celkové hodnoty služeb a statků vytvořené v určitém období (obvykle jednoho roku) určitého území.



Obrázek 8: Meziroční přírůstek HDP

Zdroj: Vlastní zpracování dle Český statistický úřad (2022)

Podnikatelské úvěry jsou zejména pro začínající firmu důležitým zdrojem financí, o který je možné se opřít. Největší hráči na trhu finančních produktů nabízejí variantu úvěru pro podnikatele. Jedná se o firmy jako:

- ČSOB,
- Česká spořitelna,
- Moneta Money Bank,
- Komerční banka,
- Raiffeisenbank,
- Fio Banka.

Všechny společnosti nabízejí různé kategorie úvěrů buď dle stádia zralosti firmy či dle oblasti, do které je potřeba investovat (provozní financování, investice a rozvoj, financování vozidel aj.). Rozdíly v nabízených produktech jsou zejména v maximální výši poskytovaného úvěru, podmínkách splácení, výši úroků, účelu atd. Konkrétní úvěry nebudou v rámci této diplomové práce rozebrány, jelikož zakladatel nemá momentálně v plánu financování za využití cizího kapitálu.

Podpora začínajících podnikatelů je realizována různými způsoby, zejména se jedná o programy a služby pomáhající začínajícím firmám a podnikatelům dostat se

jednodušší cestou na trh. Nabízené jsou v rámci těchto služeb kontakty, workshopy, školení, levnější prostory k pronájmu atd. Výběr z tuzemských programů podpory podnikání:

- **StartupBox** – digitální platforma StartupBox zdarma provádí podnikatele prvními kroky podnikání, pomáhá s využitím digitálních nástrojů a umožňuje rozvoj startupů i mimo velká města. Dokáže provést podnikatele celým procesem od prvotní myšlenky, ověření nápadu, přes propojení s vhodnými partnery či investory až po uvedení do praxe.
- **Startovač** – platforma, která umožňuje financování začínajících projektů. Zejména pomáhá zprostředkovat finance pro projekty, které jsou na webu inzerované.
- **Technologické centrum Hradec Králové** – nezisková společnost založená Statutárním městem Hradec Králové. Zajišťuje základní infrastrukturu služeb se zaměřením na podporu podnikání a zvýšení konkurenceschopnosti regionu, působí jako inkubátor pro začínající firmy, poskytuje zvýhodněný nájem a doprovodné služby, zejména pak poradenství, mentoring či vyhledávání investora.
- **P-Pink** – Pardubický podnikatelský inkubátor (zkráceně P-PINK). Poskytuje možnosti jak pro již zavedené firmy, zároveň ale prostředí pro začínající podnikatele a startupy. Nabízí komplexní podpůrné programy inkubace, akcelerační, odborného vzdělávání a rovněž propojování s potenciálními investory.

Sociální hledisko

Počet obyvatel v České republice k minulému roku 2021 je 10 524 167. Obecná míra nezaměstnanosti (vyjadřuje podíl počtu nezaměstnaných na celkovém součtu zaměstnaných a nezaměstnaných osob) pro rok 2021 byla 3,8 % viz tabulka č. 3. Dále tabulka obsahuje data o průměrné roční hodnotě obecné nezaměstnanosti.

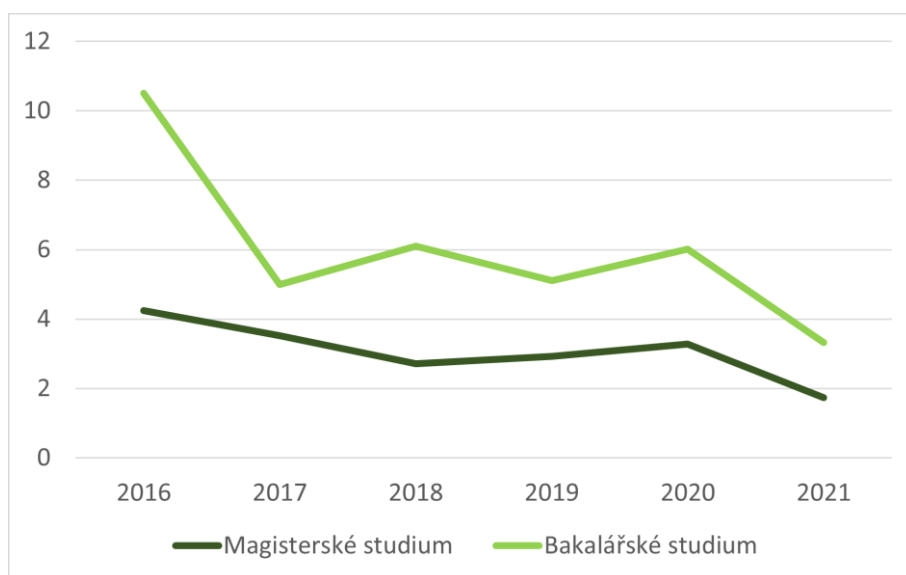
Tabulka 3: Míra nezaměstnanosti v letech 2016-2021 v České republice

Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Nezaměstnanost	4,1	3,0	2,3	2,8	3,6	3,8

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ (2021)

Vývoj nezaměstnanosti v ČR za rok 2021 má rostoucí trend oproti minulým rokům. Na počátku roku 2021 byla nezaměstnanost blízko 4 %, v posledním měsíci 2021 se hodnota snížila na 3,5 %. Z tabulky je zřejmé, že nezaměstnanost v České republice od roku 2019 roste, což může mít za vinu celosvětová pandemie, která výrazně ovlivnila trhy automobilového průmyslu, cestovního ruchu ale také ubytovací a stravovací zařízení.

Pozoruhodný je také ukazatel nezaměstnanosti absolventů vysokých škol. Jedná se o podíl počtu nezaměstnaných absolventů ku rozdílu mezi celkovým počtem absolventů a počtem absolventů dále studujících na VŠ. (Středisko vzdělávací politiky, 2021). Za příklad byli zvoleni absolventi Univerzity v Hradci Králové.



Obrázek 9: Nezaměstnanost absolventů UHK dle typu studia

Zdroj: Vlastní zpracování dle Středisko vzdělávací politiky (2021)

Údaje zobrazené na obrázku výše se týkají studentů, resp. absolventů s dokončeným vzděláním v posledním roce od měsíce září pro každý rok.

Z obrázku je zřejmé, že ne každý absolvent vysoké školy je schopný si do jednoho roku najít zaměstnání, zejména potom absolventi bakalářských programů. Možným důvodem nezaměstnanosti, možná dokonce nezaměstnatelnosti absolventů vysokých škol, je chybějící praxe v žádoucích oborech, která by případného zaměstnavatele přesvědčila o svých schopnostech.

Společnost popisována touto diplomovou prací by mohla nabízet zaměstnání vybraným studentům a tím zvyšovat jejich potenciál k zaměstnání po ukončení studia. Výhodou zaměstnání studentů je možnost nabízet nižší mzdu za odvedenou práci a tím společnosti snížit náklady na zaměstnance. Nevýhodou, resp. úskalím vznikajícím při zaměstnání studentů je právě chybějící praktická zkušenost, a proto potřeba nastavení náplně práce způsobem přinášejícím oběma stranám přínos. Pokud se jedinci osvědčí, je možné tuto dobu zaměstnání při studiu brát jako zkušební pracovní období a následně jim nabídnout stálé zaměstnání ve společnosti.

Technologické hledisko

Prostředí trhu informačních technologií je extrémně dynamické ve smyslu vývoje kupředu. S nadsázkou řečeno výrobky a nástroje, které byly jeden měsíc jedničkou na trhu, by v dalším měsíci mohly být technologicky zastaralé s již existující levnější alternativou. Technologické vybavení je ve společnosti OPIT velice důležitým prvkem. Kvalita hardwarového vybavení a využívaných nástrojů jsou v důležitosti hned za schopnostmi samotného zakladatele. Pokud chce být společnost konkurenceschopná, je důležité nestagnovat a do nových postupů a vybavení investovat. Pro společnost budou zejména důležité hardwarové nástroje pro opravy a čištění počítačů, tabletů, pevných disků aj. Pro požadovanou činnost je také nezbytné programové vybavení obnovení dat z pevných a přenosných disků, čištění mezipaměti počítače, zálohování dat atd. Technologie se dají využít i k zaujmutí zákazníka a zároveň zlepšení pocitu z jeho návštěvy, například pořízením kávovaru či 3D tiskárny dostupné právě zákazníkům k vyzkoušení.

5.3.2 Porterův model konkurenčních sil (5F)

Stávající konkurence – výběr stávajících konkurentů zohledňuje jak plánované portfolio společnosti, tak i její sídlo. Jako největší potenciální konkurenti proto jsou:

- Počítačový záchranář,
- PC Ambulance,
- Mobilní svět s.r.o,
- PC Vondra,
- Servis na Kotli.

Počítačový záchranář – servis stolních počítačů, notebooků, tabletů, Apple zařízení a dalších v centru Hradce Králové. Počítačový záchranář je pro zakládanou firmu jakýmsi vzorem, neboť se zabývá jak servisem zařízení, tak nabízí správu sítí pro firemní klienty. Na trhu působí již od roku 2014 a jejich webová prezentace zahrnující i Facebook, Instagram je moderní a vkusná v porovnání s ostatními konkurenty. Servisní hodinová sazba je 800 Kč / h. Počítačový záchranář spadá pod společnost NayTech12 s.r.o., která dle svých stránek uvádí práci na instalaci zabezpečovacích zařízení a správu IT ve firmách.

- Sídlo společnosti: Úzká 205/11, 500 03 Hradec Králové
- Základní kapitál: 10 000 Kč
- IČ: 06390331
- Předmět podnikání:
 - výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona
 - pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor
- Statutární orgán: David Kindernay – Jednatel

PC Ambulance – je soukromá společnost s dlouholetými zkušenostmi v oblasti IT a příbuzných oborů. Dodává informační technologie malým a středním firmám více než 10 let. Zákazníkům nabízejí vše od návrhu projektu, přes dodávku a výstavbu, až po následnou komplexní správu jejich systémů. Zejména se jedná o firemní klienty požadující kamerové systémy, datové úložiště či vybavení do škol. Společnost nabízí poblíž centra v Hradci Králové servis notebooků, počítačů a dalších zařízení. Servisní hodinová sazba je 500 Kč / h. V porovnání s PC Ambulancí bude mnou vytvářená společnost zaměřena primárně na jednotlivce a servis, než na dodávání komplexních firemních řešení.

- Sídlo společnosti: Ambrožova 906/2, 500 02 Hradec Králové
- Základní kapitál: 10 000 Kč
- IČ: 07795076
- Předmět podnikání:

- výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona
- výroba, instalace, opravy elektrických strojů a přístrojů, elektronických a telekomunikačních zařízení
- Statutární orgán: Milan Lamla – Jednatel

Mobilní svět s.r.o. – pozáruční servisní organizace poskytující služby koncovým zákazníkům. Úzce spolupracuje v pozáručním servisu notebooků se společností Enter Computer, která dnes patří mezi největší sítě v celé České republice. Společnost je specializovaná zejména na opravy základních desek notebooků. Prezentace společnosti směrem k zákazníkovi působí zastaralým dojmem, zejména webové stránky působí nepřehledným a zanedbaným dojmem.

- Sídlo společnosti: Ambrožova 906/2, 500 02 Hradec Králové
- Základní kapitál: 279 000 Kč
- IČ: 25992724
- Předmět podnikání:
 - výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona,
 - výroba instalace, opravy elektrických strojů a přístrojů, elektronických a telekomunikačních zařízení
- Statutární orgán: Stanislav Ehl – Jednatel

Servis na Kotli – servisní centrum v Hradci Králové pro počítač, notebook, tiskárny atd. Webová prezentace a nabídka produktů a služeb působí zastaralým dojmem, stejně tak prostředí, do kterého se zákazník dostane. Servisní hodinová sazba je 300 Kč / h. Rozdílem oproti mé společnosti je prodej výpočetní techniky. Společnost má výhodnou lokaci umístěnou do ubytovacího zařízení Univerzity Karlovy v Hradci Králové.

PC Vondra – nabízí správu a opravy počítačů prostřednictvím servisní smlouvy a pravidelných prohlídek. Servisní hodinová sazba je 400 Kč / h. Nepřehledné webové stránky vytváří velice „zkostnatělý“ dojem o společnosti, která působí v Hradci

Králové 18 let. Rozdílem oproti PC Vondra bude zejména „svěžest“ nabízených služeb, nevýhodou je násobně menší zkušenost v oboru.

Mezi současnými konkurenty, resp. většími hráči trhu není velká rivalita, protože každá z firem se snaží vytvářet takřka stejné služby pro zákazníky však s jiným přístupem. Na trhu proto neprobíhá ani cenová válka, možnost ziskovosti v odvětví je poměrně stále velká.

Potencionální konkurence

Nemá se za to, že by trh servisů počítačů či vytváření webových prezentací v následujících obdobích měl podlehnout výrazným změnám. Jedná se o odvětví relativně bez bariér vstupu, proto je riziko výskytu nové konkurence poměrně vysoké. Pro vstup jsou vyžadovány technické, servisní a organizační znalosti. Důležité tedy je nastavení vysoké kvality služeb a vlídného přístupu k zákazníkům, díky čemuž získáme zákazníky, kteří se budou rádi vracet.

Smluvní síla dodavatelů

Pro uskutečnění tohoto plánu je nezbytné hardwarové vybavení, nářadí a náhradní díly. Na trhu s počítači je velká konkurence s několika dominantními hráči, stejně tak u náhradních dílů. Trh nářadí je rovněž rozsáhlý s možností velkého výběru s nízkými pořizovacími náklady. Získání potřebného vybavení by proto mělo být bez potíží. Z počátku se bude jednat pouze o jeden PC, který bude zabezpečovat provozní řízení firmy a komunikaci se zákazníky. Základní nástroje pro opravy se prodávají zejména v sadě. Specifické kusy nástrojů nářadí a hardwarových doplňků budou dokupovány na základě potřeb a růstu podniku. Rovněž bude zapotřebí zajištění softwarového vybavení. Existuje hned několik velkých hráčů na trhu jako je Wondershare, CleverFiles, EaseUS či AIDA64. Pro potřeby společnosti bude využíván software od společností Wondershare a AIDA64 (Recoverit a AIDA64 Extreme). Dále se bude v podniku využívat programů dostupných zdarma a opensource. Zbylé vybavení je běžně dostupné (kancelářské potřeby, nábytek).

Smluvní síla kupující

Odběratel služeb má velkou vyjednávací sílu, jelikož velké množství veškerých poskytovaných služeb bude vykonáváno na žádost zákazníka. Pokud kvalita nebo

rychlost nebude v očích kupujícího dostatečná může se rozhodnout pro využití konkurence. Pro zákazníka je výhodnější držet se servisu, se kterým má již zkušenost, jelikož má ověřené jakých služeb se mu dostává a za jakou cenu. V případě dlouhodobých zákazníků bude poskytován přednostní servis a možnost slevy na vykonávané služby.

Hrozba vzniku substitutů

Substituty jsou alternativní produkty, které by mohly alespoň částečně nahrazovat účelnost společnosti OPIT.

5.3.3 SWOT analýza

SWOT analýza shrnuje a popisuje interní vlastnosti společnosti ve 4 skupinách⁷:

Interní analýza

- **Silné stránky (S)**
 - **Zaměření na spokojenost zákazníka a kvalitu práce**
 - Potenciál vývoje
 - *Všestrannost*
 - Mladý zakladatel
 - *Moderní prezentace firmy*
- **Slabé stránky (W)**
 - **Nezastupitelnost zakladatele**
 - Začínající firma bez zákaznického povědomí
 - *Nízké investice do reklamy*
 - Financování z vlastních zdrojů
 - Malé zkušenosti v managementu

⁷ Tučně označený text je pro společnost považován za důležitý; kurzívou označené texty za druhořadé

Externí analýza

- **Příležitosti (O)**

- Snadný vstup na trh a rozšíření portfolia
- **Stabilní trh**
- *Využívání studentů jako levné pracovní síly*
- Práce pro firmy (kontakty ze školy, z jiných prací)
- Neexistující dominantní hráč na trhu
- Outsourcing některých podnikových procesů

- **Hrozby (T)**

- *Nevýhodné smlouvy a závislost na dodavateli*
- Zkušenosti konkurence
- **Nedůvěra zákazníků**
- Resece ekonomiky – zpomalení výkonu hospodářství
- Špatně odhadnuté potřeby trhu
- *Snadný vstup na trh*

Pro společnost bude (nejen z počátku) nejdůležitější vybudování stabilní základny zákazníků, které se k využívání služeb budou vracet. Firma nemá zavedené jméno mezi veřejností a ani dostatečný rozpočet na rozsáhlou marketingovou kampaň. Zajímavou příležitost proto tvoří stávající kontakty z bývalých zaměstnání či kontakty z vysoké školy v Hradci Králové a v Praze. Na základě dobrých vztahů lze navázat na poskytnutí služeb a rozšíření zkušeností společnosti. Velkou hrozbu pro společnost tvoří nezajištění dostatečného množství zakázek pro počáteční růst. Zatím není jisté, jak se společnosti podaří udržet stávající zákazníky a přilákat nové. Jako nejvhodnější strategie pro společnost při vymezených faktorech se jeví strategie S-T, kdy využíváním silných stránek bude ve snaze zamezit možným hrozbám. Pokud se podaří hrozby úspěšně odstranit, dostane se společnost do pozice, ve které bude moci přejít na strategii S-O neboli realizaci vznikajících příležitostí.

6 Vlastní řešení a jeho přínos

Podnikatelský plán se bude v této kapitole věnovat přiblížení východisek konkrétních problémů souvisejících se založením společnosti a jejích činností.

6.1 Právní forma

Právní forma zvolená pro zakládanou společnost je „s.r.o.“. Důvodem pro toto rozhodnutí je plánovaný vývoj společnosti směrem k firemním klientům a obchodním partnerům. Je proto potřebné na trhu vystupovat jako firma, zejména pro získání větších zakázek, kde by jednotlivec mohl působit dojmem kapacitních nedostatků. Budování firemní značky je výhodné také proto, kdyby byl v budoucnu zvažován odprodej společnosti, jelikož dobré jméno na trhu zvyšuje její cenu. Za další důvody lze pokládat založení jedinou osobou, základní kapitál může být 1 Kč a ručení do výše vkladu nesplaceného v obchodním rejstříku. Hierarchie společnosti při založení je jednoduchá, jelikož je zakládána jediným vlastníkem. Vlastník složí 100 % z podílu pro založení s.r.o. (300 000 Kč) sám.

6.2 Charakteristika společnosti

Poslání společnosti – posláním společnosti OPIT (akronym pro Ondřej Podolský IT) bude poskytování kvalitních služeb v oblasti servisu počítačů, tabletů a nabídky webových prezentací jak pro veřejnost, tak i firmy.

Vize společnosti – vytvoření společnosti OPIT, která bude významnou v rámci České republiky v servisu počítačů a později dalších IT služeb zejména díky osobnímu přístupu a kvalitě služeb.

6.3 Obchodní prostory

Pro zajištění fungování společnosti je plánována jediná hlavní kancelář (obchodní prostor) v centru Hradce Králové, která bude rovněž sloužit jako místo pro setkávání se zákazníky. Firma v dalších minimálně 3 letech neplánuje změnu prostor.

Plánované rozměry prostor jsou 60 m², kde jsou předpokládány dvě oddělené hlavní místnosti, jedna zajišťující přijímání objednávek a interakci se zákazníkem, druhá pro pracovní úkony. Tento rozměr je dostačující i pro přijetí jednoho brigádníka a následně jednoho zaměstnance pracujícího na místě.

6.4 Výrobní plán

V této kapitole se práce věnuje rozvržením a plánováním zodpovědností za činnosti vykonávané společností při plnění služeb.

Jelikož společnost bude mít pouze jednoho zakladatele bude minimálně v začátcích společnost využívat jednorázových pracovních sil. Zakladatel bude mít na starost zejména komunikaci se zákazníkem, řešení a management servisních a dalších úkonů.

Po založení se počítá s tím, že zakladatel bude většinu úkonů vykonávat sám, případně za využití výpomoci brigádníka (student). Růst společnosti bude závislý na rychlosti vybudování dostatečného kapitálu pro získávání firemních zakázek.

Účetnictví OPIT bude řešeno externí firmou formou outsourcingu, není předpokládáno založení interního účetního oddělení.

V prvních fázích budou marketingové služby tvořeny uvnitř společnosti zakladatelem, po zajištění dostatečného kapitálu je plánovaný přesun marketingových služeb na externí společnost.

Díky kontaktům na pracovníky v oblasti marketingu a webového vývoje bude společnost moci tyto služby zahrnout do portfolia, nicméně budou do určité značné míry outsourcované, aby OPIT tvořila dojem společnosti nabízející komplexní IT služby jako doplněk servisního střediska. Pokud bude zájem o outsourcované služby narůstat, společnost bude zvažovat vytvoření stálých pozic pro zaměstnance.

6.4.1 Práce na projektech

Práce ve společnosti bude strukturovaná pro většinu činností podobně i přes rozmanitost prováděných úkonů. Uplatitelný bude následující postup práce:

1. Konzultační fáze

V této fázi se zakladatel jako zástupce společnosti setkává se zákazníkem, kde bude zjišťovat rozsáhlost zakázky a veškerých souvisejících požadavků klienta. Zároveň je zákazník obeznámen s finanční a časovou náročností daného řešení, kde je zapotřebí zahrnout již zpracovávané a plánované zakázky. Prvotní fáze není klientovi zahrnována do finanční odměny úspěšného vyhotovení, z toho důvodu by měla být komunikace provedena pečlivě v co nejkratším čase.

2. Úvodní fáze

Pokud bude odsouhlaseno vše v prvotní fázi klientem i společností, bude vytvořen harmonogram opravy. Ten obsahuje potřebné náhradní díly od dodavatele a časový plán vyhotovení. Úvodní fáze by neměla zabrat více než 20 % času vyhotovení.

3. Pracovní fáze

S vytvořeným harmonogramem je možné zakázku začít zpracovávat. Obsah zakázky bude vyhotoven zakladatelem společnosti, případně přesunut na externí pracovní sílu společnosti – záleží od potřeby. Fáze vyhotovení je nejdůležitější fází plánu, a proto je také časově nejnáročnější a měla by být vypracována do 50 % ze stanoveného času.

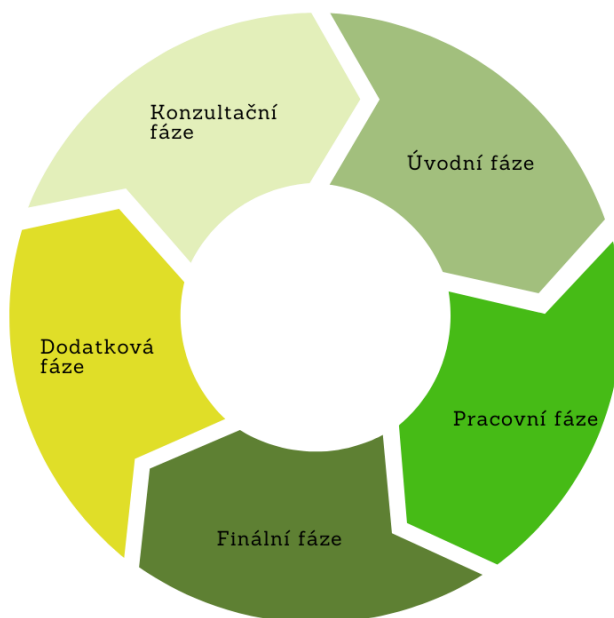
4. Finální fáze

Během finální fáze by měla proběhnout kontrola stavu po opravě, finalizace oprav, kompletace včetně testování zařízení a následná příprava pro předání zákazníkovi. I přestože se jedná o již drobné úpravy a spíše kontrolu tak ze zkušenosti vím, že tyto činnosti mohou zabrat až čtvrtinu času na vyhotovení. Přičte-li se potřebná časová rezerva, tato část by neměla být časově náročnější než 20 % až 25 % z celkem stanoveného času.

5. Dodatková fáze

Dodatková fáze je velice důležitou pro budoucnost společnosti z hlediska udržení zákazníků. Po vyhotovení služeb budou nabízeny i další služby – čištění zařízení, zrychlení, záchrana dat, vizitky, nastavení domácí sítě, webovou propagaci a další.

Důraz bude kladen na to, aby komunikace se zákazníkem nekončila předáním, ale v případě potřeby dalších IT služeb či servisu se vrátil k naší společnosti.



Obrázek 10: Fáze pracovního procesu

Zdroj: Vlastní zpracování

6.4.2 Vybavení společnosti

Vozidlo

Pro společnost důležitá součást podnikání, jelikož bude nabízena možnost svozu zařízení od zákazníků. Společnost z počátku bude vycházet z faktu, že zakladatel disponuje osobním vozidlem a bude možné ho za účelem svozu využít. Vzhledem ke stáří a velikosti vozu bude ale do budoucna nutné pořízení vozu nového.

Nástroje

Nástroje společnosti jsou pro její chod velice důležité. Společnost se chce zaměřit na kvalitu a pečlivost prováděných služeb. Pro potřeby společnosti je vhodné hned několik různých typů nástrojů, které bude potřeba pořídit ihned při vzniku. Konkrétně se jedná o:

- **Sady nářadí** – ze všech zmíněných nástrojů patrně využívány nejvíce. Je zapotřebí zajistit různorodost a komplexnost nářadí. Pro opravy se dají sehnat již připravené sady nářadí, jedna taková bude využita i pro OPIT. Jedná se o Repair business tool od společnosti iFixit s cenou 6 800 Kč / sada. Sada obsahuje nářadí pro jemné opravy zejména tabletů a mobilních telefonů, ale využitelnost nalezne i při opravách počítačů. Doplnující nářadí bude pořízeno v obyčejné sadě nářadí obsahující štípací a kombinované kleště, elektrikářský šroubovák plochý a křížový, sadu bitů, imbusů a jiné. Takové sady jsou již dostupnější s cenou přibližně 500 Kč / sada.
- **Kompresor** – spíše doplňkovým nástrojem i přesto neméně důležitým. Kompresor bude využíván jak pro průběžné, tak i zakázkové čištění zařízení. Pro potřeby společnosti je volen bezolejový kompresor, který má k fungování namísto olejové nádrže speciální kluzné materiály, nezanechává tedy mastnotu na místech, které byly vzduchem ošetřeny. Využit bude kompaktnější kompresor s možností přenosu a výměny nástavců na hlavici. Kompresor s požadovanými vlastnostmi se dá pořídit za 1 600 Kč, dále bude doplněn o filtr odlučující nežádanou vlhkost vycházející z kompresoru s cenou 170 Kč.
- **Horkovzdušná stanice** – využívána v případě, že bude nutná výměna menších součástí počítače. Zejména bude využita na základní desce pro procesory či jiné čipy. Vybrána byla stanice s funkcí umožňující plynule ovládat průtok vzduchu až do 120 l/min a zároveň teplotu od 100 do 450° C, a to nezávisle na sobě. Cena stanice se zmíněnými vlastnostmi je přibližně 1 300 Kč.
- **Stolní lupa** – nezbytná součást vybavení pro operace s malými součástkami. Velké množství operací vyžaduje naprostou přesnost pro úspěšné provedení. Pro stolní lupu byly nastaveny kritéria flexibilní třetí ruky, kruhové osvětlení a možnost nahradit zdroj napájení bateriemi kvůli možným přesunům. Cena lupy vyhovující kritériím je 1 000 Kč.
- **Další potřeby** – aktuálně není plánováno pořízení více nástrojů. Bude se odvíjet od individuálních požadavků pro jednotlivé zakázky. Zapotřebí bude zajištění materiálu, které se bude rovněž odvíjet od potřeb pro zakázku.

Software

Chceme se zaměřit na komplexní, kvalitní a moderní služby, toho lze dosáhnout využíváním nových licencovaných softwarů. Pro potřeby společnosti se nabízí mnoho možností pro využitelné programy. Z důvodu velké rozmanitosti bude software využíván až v závislosti na potřebách jednotlivých zakázek. U softwarů, které budou využívány s určitou pravidelností poté bude zajištěna dlouhodobější licence například 1 rok, jelikož tato varianta eliminuje jednorázové náklady.

Hardware

Poměrově největší počáteční investicí pro plánovaný podnik budou počítače. Pro jednotlivé úkony mají jiné softwarové a hardwarové nároky, proto bude zapotřebí přizpůsobit sestavy těmto aspektům tak, aby byla práce co nejvíce plynulá a nevznikaly zbytečné náklady na nevyužitý hardware. Sestavy PC:

- Pro servisní úkony bude zapotřebí výkonnější sestavu zvládající soustavnou práci na více monitorech, diagnostiku dalších zařízení a náročnější softwarové operace. Nároky na HW jsou tedy vysoké a cena je stanovena na 40 000 Kč.
- Administrativní úkony budou odděleny na druhý počítač. Tyto úkony budou zahrnovat vystavování faktur, zpracování administrativy a komunikaci se zákazníkem. HW nároky na administrativní soustavu jsou nízké, předpokládaná cena sestavy je 15 000 Kč.

Ostatní

Mobilní telefony – v současné době není předpokládáno pořízení mobilních telefonů pro zaměstnance společnosti. Komunikace bude probíhat zejména na meetinzích, emailem či přes MS Teams.

6.5 Marketingová strategie

Pro účely této diplomové práce byl zvolen marketingový model 4P popsany v teoretické části. Zacílení marketingu bude směrem ke čtyřem popsáním faktorům

– produkt, cena pro daný produkt, propagace produktu a stanovení distribučních cest k zákazníkům.

6.5.1 Marketingový mix

Produkt

Tato kapitola stručně popisuje poskytované služby společnosti OPIT. Spektrum nabízených služeb společnosti je poměrně široké, bezprostředně po založení se bude především jednat o opravy počítačů, notebooků, tabletů a telefonů, čištění počítačů a nastavování domácích sítí. U všech zmíněných služeb je velice důležitá pečlivost, důraz na kvalitu odvedené práce, komunikace se zákazníkem a vystupování poskytovatele.

Produktem společnosti OPIT jsou primárně servisní služby. Servis počítačů a dalších zařízení má již na českém trhu dlouholetou tradici. Většina servisních úkonů řeší až následky poškození, proto není dopředu možné predikovat jakou hodinovou či kvalifikační náročnost si oprava vyžádá. Za nejčastější servisní úkony je pokládáno:

- **Hardwarový servis** – Práce s hardwarovou částí zařízení jako je výměna displeje (zejména u mobilních zařízení), oprava či výměna klávesnice, pamětí, napájecích konektorů. Doba trvání všech zmíněných úkonů je závislá na rozsahu poškození, přibližně však úkony trvají 30 minut až 4 hodiny.
- **Softwarový servis** – Naše nabídka bude obsahovat odvirování počítače, zrychlení systému, instalaci programů a operačního systému, zálohování dat, záchranu dat. U záchranu dat se bude jednat o práci s fyzicky nepoškozenými disky, opravy a záchranu fyzicky poškozených disků bude společnost první rok po založení outsourcovat.
- **Čištění** – Předpokládané je zařazení čištění interních i externích částí počítače, zejména v rámci komplexnějších oprav nabízena jako doplněk služeb. Nabídky čištění nebudou proto přímo vyhledávány jako primární činnost, ale společnost bude připravena případnou poptávku uspokojit.
- **Nastavení domácích sítí** – Další poskytovanou službou bude nastavení sítí v domácnostech, kdy bude zajištěn chod domácí sítě s ohledem na

doporučení zařízení, nastavení sítě včetně zavedení potřebné kabeláže a instruktáž zákazníka.

Cena

Poptávkou ceny služeb konkurence a zohledněním dříve dosažených odměn bylo zjištěno, že OPIT je schopna poskytovat nabízené služby asi o 10 % levněji. Tudíž jsme schopni nastavit ceny o něco níže s cílem zaujmout zákazníky. Ceny společnosti budou však nastaveny blíže ke konkurenčním (cca o 5 % levněji) a získání zákazníků bude směřováno přes kvalitu služeb. Rozhodnutí vychází z faktu, že zákazník si může snadno dohledat ceník konkurenčních firem a vybrat si tak nejlevnější variantu. Vytvořením povědomí o kvalitě a osobní přístup cílí na udržení zákazníků dlouhodobě, nastavením nižších cen by nám tak unikl zisk.

Distribuce

Hlavní kancelář společnosti bude umístěna v Hradci Králové, které je krajským městem Královéhradeckého kraje. Předpokládá se zejména komunikace v osobních setkáních přímo v kanceláři, možností jsou i jiné způsoby (email, telefon, Teams ...), které budou využívány pouze k prvotnímu kontaktu se zákazníkem.

Služby budou vykonávány v hlavní kanceláři s tím, že buď zákazník přinese zařízení osobně, také ale bude nabízen svoz po okolí Hradce Králové.

Čas pro vyhotovení zakázek se bude odvíjet od momentálního vytížení a velikosti úkonů.

Propagace

V situaci nově vznikající firmy a omezených finančních prostředků rozsáhlá marketingová kampaň nepřipadá do úvahy. Využitá propagace našich služeb bude za využití místních médií a prostřednictvím internetu, dále pak word of mouth⁸.

Propagace společnosti bude následující:

⁸ marketing zaměřený na vyvolání efektu ústního šíření „reklamy“ mezi zákazníky

Logo společnosti – Logo prezentující firmu OPIT.



Obrázek 11: Logo společnosti OPIT

Zdroj: Vlastní zpracování

Webové stránky – Webová prezentace společnosti bude tvořena minimalistickým designem stejně jako logo. Bude obsahovat základní informace o společnosti, ale zejména bude pro zákazníka uveden výčet poskytovaných služeb včetně ceny, kde společnost najde i kontakt. Na stránkách bude dále k nalezení kontaktní formulář pro poptávku služby či položení dotazu. Momentálně není plánován vlastní e-shop.

Sociální sítě – Vzhledem k enormnímu nárůstu popularity sociálních sítí v posledních několika letech, je propagace za jejich využití téměř nevyhnutelnou součástí marketingového portfolia každé společnosti. Mimo jiné se jedná o silný kanál pro udržování public relations. U sociálních sítí mnohdy vznikají jistá úskalí – skupiny a stránky nezískají dostatečnou pozornost a nedostatek sledujících, což snižuje jejich relevanci v očích zákazníka. Ne každá začínající společnost má co „uživatelům“ nabídnout. Proto naše společnost bude průběžně sdílet krátká dynamická videa či fotky s výsledky naší práce s ohledem na momentální trendy. Rovněž budou sdíleny návody, rady a tipy pro zákazníky jako přidaná hodnota společnosti.

Vizitky – Nejenom pro naše zákazníky ale i pro obchodní partnery a jiné společnosti bude zapotřebí tisk 2200 ks vizitek.

Inzerce v tiskových materiálech – Naše služby budeme prezentovat v zpravodajských, ale také v počítačových časopisech. Tato inzerce ve spojení s internetovou prezentací by měla zvýšit povědomí o společnosti v Hradci Králové a okolí. Plánováno je opakování této formy propagace zejména z důvodu dosažené kvality v poměru k ceně.

6.6 Hodnocení rizik

Každý podnikatelský plán se v rámci svého plnění potýká s riziky. Analyzování a hodnocení rizik přispívá k jejich úspěšnému překonání. Označení "nebezpečnost" značí eventualitu výskytu a možné ohrožení společnosti v jejich činnostech byla určena na základě vlastních zkušeností. Rizika pro podnik OPIT jsou shrnuta v tabulce č. 4.

Tabulka 4: Hodnocení rizik

Riziko	Popis	Nebezpečnost	Řešení
Trh	Trh se změní natolik, že o servisní služby a další IT služby nebude žádný zájem.	Nízká	Při nastání takové situace připadá v úvahu změna trhu a zaměření na oblast, která negativními změnami neprošla.
Služby	Nebudeme schopni kapacitně obsáhnout veškeré příchozí zakázky což může vést od poklesu kvality práce až k úbytku zákazníků. Nebo naopak po našich službách v určitém období nebude poptávka a společnost bude kapacitně v nadbytku.	Střední	Vysoké pracovní vytížení můžeme řešit delegací určitých úkolů na externí zaměstnance či prací přesčas. Pokud tato situace bude nastávat opakovaně či bude trvat dlouhodobě bude zvažováno zaměstnání stálých pracovníků. Při nedostatku zakázek budou propuštěni brigádníci a minimalizován outsourcing.
Zákazník	Riziko spojené se zákazníkem se týká zejména nevhodně nastavené ceny z čehož plynou neprofitabilní obchody. Týká se také nesprávného pochopení požadavků zákazníka.	Vysoká	Zejména v prvních měsících po založení bude riziko velmi vysoké. Komunikace se zákazníky v této fázi bude klíčovou, je zapotřebí zjištění potřeb, nastavení služeb a cen tak, aby došlo k jejich uspokojení.
Management	Nedostatek zkušeností v oboru. Nedostatečná kompetence při řízení pracovních úkolů a plánování činností.	Střední	Zakladatel již určité zkušenosti s management a plánováním má, zda tyto zkušenosti jsou dostačující ukáže až čas. Řešením bude postupný růst, nepřeceňování společnosti a neustálé vzdělávání.
Firmy	Práce pro firemní klienty je spojena s utopením nákladů, přeceněním technických a kapacitních možností společnosti.	Nízká (pro utopené náklady střední)	Firemní zakázky jsou odloženy do doby, než bude pozice společnosti na trhu stabilní a zákazníci prověřeni. Důležité bude plánování zakázek v dostatečném předstihu, aby bylo možné eliminovat jakákoliv

	Neschopnost získání zakázky.		technická a kapacitní rizika za účelem dosažení maximální kvality práce.
Zkušenosti	Riziko ztráty zákazníků, nízké kvality služeb, negativní reference a povědomí, poškození reputace podniku.	Vysoká	Vzhledem ke zkušenostem konkurence a možným zaměstnáním studentů, kteří nemají téměř žádné zkušenosti je možné, že kvalita vytvářených výstupů může být nižší, než je očekáváno. Pro udržení dobrého jména podniku bude usilováno o uspokojení jakýchkoliv potřeb zákazníků. Časová a finanční ztráta je brána za nenahraditelnou.
Zdroje	Dlouhodobě či dočasně nedostatečné finanční zdroje pro činnost podniku.	Nízká	Nastavení růstu společnosti a plánování činností by mělo reflektovat její finanční potřeby. Pokud by se společnost dostala do situace nedostatku finančních prostředků zabraňující vykonávání činnosti, prvním řešením by bylo dokončení všech rozpracovaných zakázek. Krátkodobě by se problém řešil bankovní půjčkou, při dlouhodobém nedostatku financí by byla společnost uzavřena.
Klíčovost	Riziko vyplývající ze zásadního postavení jedince, produktu a zákazníka vůči společnosti.	Velmi nízká	Společnost se bude soustředit na uspokojení potřeb individuálních zákazníků a tím toto riziko eliminovat.
Prostory	Nedostatečně velké prostory, sklady či vysoké finanční náklady na prostory.	Nízká	Nevyhovující lokace pro zákazníky či společnost bude řešena stěhováním, či rozdělením servisního a kontaktního místa. Řešením je také svoz zařízení a komunikace se zákazníkem online nebo po telefonu.
Cashflow	Riziko nedostatku finančních prostředků, neschopnost udržet likviditu, nesprávná volba finančního řízení společnosti.	Vysoká	Nutnost zapojení externích odborníků a zajištění pravidelných konzultací.
Přírodní katastrofy, loupeže	Poškození věcí společnosti zemětřesením, povodní, vykradení svozového automobilu či pobočky.	Velmi nízká	Pojištění.

Zdroj: Vlastní zpracování

6.7 Finanční plán

V této kapitole bude přiblížen finanční plán včetně plánovaných výnosů a nákladů společnosti. Veškeré výpočty jsou brány bez daně z přidané hodnoty. Podklady k tabulkám plánovaných výnosů, předpokládaných objemů zakázek jsou k nalezení v příloze práce. V příloze práce jsou rovněž tabulky rozvahy a výkazu zisku a ztrát.

6.7.1 Předpokládané výnosy

Tabulka č. 5 zobrazující předpokládané výnosy vychází z faktu, že společnost bude zejména vytvářet příjem z vykonávání hlavní činnosti. Tabulka je doplněna o „Prodej / Výrobky“, kterými je myšlen odprodej opravených zařízení, navržených sestav počítačů atd.

Tabulka 5: Plánované výnosy OPIT (v Kč)

Položka	1/2023	2/2023	1/2024	2/2024	1/2025	2/2025	1/2026	2/2026
Hlavní činnost	399 050	611 750	693 250	706 950	761 650	823 000	1 254 250	1 286 250
Prodej / výrobky	0	0	0	0	25 000	25 000	45 000	55 000
Celkem	399 050	611 750	693 250	706 950	786 650	848 000	1 299 250	1 341 250

Zdroj: Vlastní zpracování

V rámci vykonávání **hlavní činnosti** společnosti je počítáno s určitými prostoji. Z toho důvodu je nastavena na 85 % z možného využitelného časového fondu. Časový fond je vypočítán z 8 h denně násobeného počtem pracovních dní v jednotlivých letech pro zaměstnance na plný úvazek od prvního roku tedy i pro zakladatele. Dále 300 hodin, v rámci jednoho půlroku, pro brigádníka na dohodu o provedení práce s měsíční mzdou 10 000. U brigádníka je předpokládáno zaměstnání pouze na jeden semestr (6 měsíců), ročně tedy ve společnosti mohou být tedy i 2 brigádníci na dohodu o provedení práce. Předpokládané počty zakázek a plánované výnosy dle činností jsou uvedeny v příloze práce v tabulkách č. 14 a 15.

Částka **prodej / výrobky** dosahuje výrazně nižších hodnot než hlavní činnost a začíná nabývat nenulové hodnoty až v roce 2025. Jedná se spíše o příležitostný

prodej sestavených počítačů či jiných výrobků. V budoucnu je za cíl tuto hodnotu zvyšovat, momentálně je ale důležité maximálně se soustředit na činnost hlavní.

6.7.2 Plánované náklady

Pro lepší přehlednost nákladů podnikatelského plánu byly tyto položky rozděleny do několika skupin, viz. tabulka č.6.

Tabulka 6: Plánované náklady OPIT (v Kč)

Položka	1/2023	2/2023	1/2024	2/2024	1/2025	2/2025	1/2026	2/2026
Zaměstnanci	0	50 000	60 000	60 000	60 000	60 000	330 000	330 000
Automobil	0	0	0	0	0	33 000	0	66 750
Vybavení	92 500	35 000	0	0	0	0	60 000	0
Software	10 000	0	2 500	0	0	0	12 500	0
Materiál	5 000	5 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Nájem	51 000	51 000	51 000	51 000	51 000	51 000	51 000	51 000
Marketing	15 000	15 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
Ostatní	23 800	23 800	23 800	23 800	23 800	23 800	23 800	23 800
Celkem	205 330	179 800	197 300	194 800	194 800	227 800	537 300	531 550

Zdroj: vlastní zpracování

Položky nákladů: v prvním pololetí je k řádku celkových nákladů přičteno 8 030 Kč spojených se vznikem společnosti s ručením omezením.

Zaměstnanci – tvoří jednu z největších položek nákladů. V posledním roce z důvodu plánovaného jednoho stálého zaměstnance tu největší. Náklady na stálého zaměstnance jsou počítány s veškerými dalšími náklady a daněmi. Od druhé poloviny roku 2023 je plánováno najmutí brigádníka na dohodu o provedení práce. Plat brigádníka je určen na 10 000 Kč měsíčně z čehož zaměstnavatel nemusí platit žádné odvody. Pro stálého zaměstnance je poté plat určen na 45 000 Kč hrubého měsíčně, což je dle zakladatele adekvátní odměna.

Vybavení – započítáno je veškeré vybavení kanceláře (stoly, židle atd.) včetně hardwaru (počítačové sestavy s operačními systémy) a potřebných nástrojů (kompresor, nářadí atd.). Pro první rok je zahrnuto potřebné vybavení kanceláře a pořízení počítačových sestav. V třetím roce je velkým výdajem pořízení firemního automobilu v hodnotě 300 000 Kč, odpisy vozidla jsou zahrnuty do kategorie

„Automobil“. Vozidlo bude odepisováno dle druhé odpisové skupiny vycházející z přílohy zákona o daních z příjmů č. 586/1992 Sb. Odepisování vozidla bude probíhat rovnoměrně po dobu pěti let za využití maximální roční odpisové sazby z pořizovací ceny. V roce 2025 se jedná o 11 % a v dalším roce 22,25 %. V roce 2026 s příchodem nového zaměstnance bude pořízena další počítačová sestava v hodnotě 40 000 Kč a vybavení do kanceláře v hodnotě 20 000 Kč.

Software – společnost se bude snažit využívat softwary s licencí zdarma. Je ovšem plánováno využití i komerčních systémů například pro záchranu dat, či diagnostiky aj. Každý rok je počítáno s určitými náklady na pořízení těchto licencí pro potřeby plnění zakázek.

Materiál – materiál ke spotřebě přímo na pobočce. Jedná se o kancelářské potřeby, produkty pro údržby a spotřební materiál pro servisní služby.

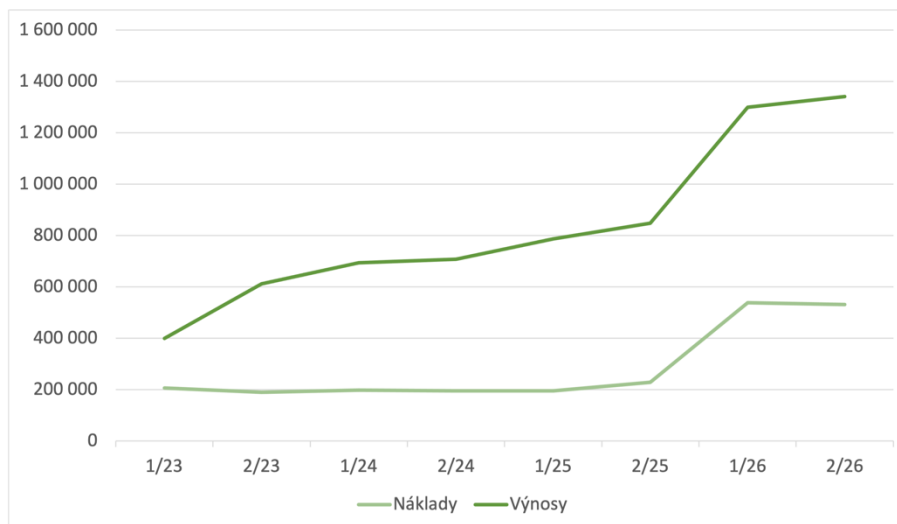
Nájem – položka nájem zahrnuje nájem pracovních prostor hlavní kanceláře, kdy není předpokládána práce z domova.

Marketing – v prvních dvou pololetích je na marketing vyhrazeno 15 000 Kč. Od první poloviny 2024 je pro marketing společnosti vyhrazeno 50 000 Kč. Marketingové položky, které bude společnost využívat, jsou shrnuty v kapitole Marketingová strategie.

Ostatní – hosting pro webovou prezentaci, telefon a outsourcing účetnictví. Pro tyto položky je počítáno – hosting 2400 Kč / pololetí; telefon 2100 Kč / pololetí; kompletní outsourcing účetnictví 17 500 Kč / pololetí. Do této kategorie je zahrnut rovněž pronájem terminálu pro platbu kartou 299 Kč / měsíc (ČSOB, 2022).

6.7.3 Zisk

Zisk je vypočítán z rozdílů předpokládaných výnosů a plánovaných nákladů, vývoj nákladů a výnosů společnosti je vyobrazen na obrázku č. 12.



Obrázek 12: Vývoj předpokládaných nákladů a výnosů (v Kč)

Zdroj: Vlastní zpracování

Předpokládá se, že společnost bude od prvního roku ziskovou. Důvodem proto jsou relativně nízké provozní náklady a potřeby investovat do rozvoje. Náklady jsou vyšší zejména při založení a při vstupu nového pracovníka do společnosti. Složky nákladů, výnosů a předpokládaných zisků jsou zaneseny v tabulce č. 7, hodnoty v této tabulce jsou z důvodu přehlednosti zaokrouhleny na celé tisíce dolů.

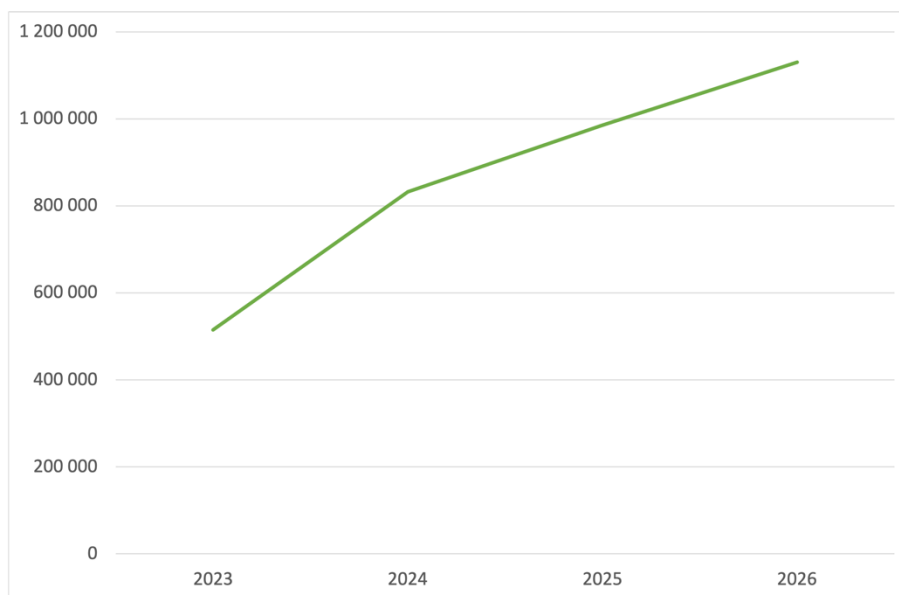
Tabulka 7: Předpokládaný zisk OPIT (v Kč)

Položka	2023	2024	2025	2026
Výnosy	1 010 000	1 400 000	1 634 000	2 640 000
Náklady	375 000	392 000	404 000	1 197 000
Zisk před zdaněním	635 000	1 008 000	1 197 000	1 376 000
Daň z příjmů	120 000	191 000	227 000	261 000
Zisk po zdanění	515 000	816 000	969 000	1 115 000
Nerozdělený zisk do dalšího období	103 000	163 000	193 000	223 000
Podíl majitele	412 000	653 000	775 000	892 000
Podíl majitele po zdanění	350 000	555 000	659 000	758 000

Zdroj: Vlastní zpracování

Již od prvního roku firma zakladateli vyplácí podíl na zisku uvedený v tabulce č. 7. Položka tabulky „Podíl zakladatele po zdanění“ zobrazuje vyplácený podíl snížený o 15% daň. Podíl zakladatele pro roky zpracovávané diplomovou prací je 80 %. Společnost počítá s tím, že v budoucnu bude tento podíl snížen na 50 %, pokud bude

dosahováno zisku 3 500 000 Kč a více. Od roku 2026 firma dosahuje plánované velikosti, ve které bude po další tři roky operovat.



Obrázek 13: Vývoj zisku po zdanění (v Kč)

Zdroj: Vlastní zpracování

6.7.4 Zahajovací rozvaha

V následující tabulce jsou vyobrazena aktiva a pasiva v rozvaze v den zapsání do obchodního rejstříku. Jedná se o vklad zakladatele, který převyšuje minimální potřebnou částku pro založení společnosti. Zahajovací rozvahu pro společnost OPIT zobrazuje tabulka č. 8.

Tabulka 8: Zahajovací rozvaha OPIT (v Kč)

Aktiva		Pasiva	
	Kč		Kč
Peněžní vklady (peněžní účty)		Zapsaný základní kapitál	
- od zakladatele Ondřeje Podolského	300 000	- od zakladatele Ondřeje Podolského	300 000
Aktiva celkem	300 000	Pasiva celkem	300 000

Zdroj: Vlastní zpracování

6.7.4.1 Rozvaha OPIT ve zkráceném rozsahu

Pro účely praktické části práce byla vytvořena rozvaha ve zkráceném rozsahu viz tabulka č. 9, kde jsou viditelné nejdůležitější položky rozvahy. Pro podnik byla rovněž sestavena rozvaha v plném rozsahu, která je k nalezení v příloze práce

v tabulce č. 16. Hodnoty v obou rozvahách jsou brány jako brutto, tedy před odečtením opravných položek či oprávek.

Tabulka 9: Rozvaha ve zkráceném rozsahu OPIT (brutto)

		2023	2024	2025	2026
	AKTIVA CELKEM	642 870	934 537	1 227 012	1 629 553
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	0	0	0	0
B.	Dlouhodobý majetek	0	0	300 000	300 000
C.	Oběžná aktiva	642 870	934 537	927 012	1 329 553
D.	Časové rozlišení aktiv	0	0	0	0
	PASIVA CELKEM	642 870	934 537	1 227 012	1 629 553
A.	Vlastní kapitál	403 004	566 320	760 244	983 282
B. + C.	Cizí zdroje	239 866	368 218	466 768	646 272
B.	Rezervy	0	0	0	0
C.	Závazky	239 866	368 218	466 768	646 272
D.	Časové rozlišení pasiv	0	0	0	0

Zdroj: Vlastní zpracování

V rozvaze byly stanoveny jak pohledávky tak i závazky společnosti. Pro lepší porozumění rozvahy bude vysvětleno stanovení jejich hodnot. Vzniklé pohledávky z obchodních vztahů byly určeny odhadem autora práce a srovnáním dle dostupných účetních materiálů konkurence. Hodnota krátkodobých finančních prostředků byla získána pomocí výkazu cashflow. Závazky společnosti vznikají zejména vůči společníkům, zaměstnancům a z obchodních vztahů. Závazky k zaměstnancům společnosti jsou určeny jako mzda za poslední měsíc v běžném účetním období, jejíž vyplacení bude přeneseno do období dalšího. Pro závazky vůči společníkům se jedná pouze o nevyplacený zisk zakladateli, zde je podíl z poloviny vyplácen v daný rok a druhá polovina je vyplacena v období příštím. Závazky z obchodních vztahů byly určeny rovněž na základě odhadu autora práce a dostupných účetních materiálů.

6.7.5 Cashflow

Z ukazatelů cashflow, které jsou k nalezení v tabulce č. 10, je možné vyčíst, že firma během následujících tří let má v plánu navýšit svou hodnotu na více než dvojnásobek té původní. Toho bude možné docílit pouze v optimálním stavu, tzn. bez výpadků, či vzniku jiných překážek.

Tabulka 10: Cashflow přímá metoda pro společnosti OPIT

	2023	2024	2025	2026
Stav peněžních prostředků k 1. lednu	0	610 982	894 922	883 062
Peněžní toky z provozní činnosti	516 990	816 580	1 002 620	1 242 150
Tržby z prodeje služeb	1 010 800	1 400 200	1 634 650	2 640 500
Výdaje za nakoupený materiál a služby	-325 130	-272 100	-284 600	-354 600
Založení podniku	-8 030	0	0	0
Výdaje na zaměstnance	-40 000	-120 000	-120 000	-782 310
Zaplacená daň z příjmů	-120 650	-191 520	-227 430	-261 440
Peněžní toky z investiční činnosti	0	0	-300 000	0
Výdaje na nákup dlouhodobého majetku	0	0	-300 000	0
Peněžní toky z finanční činnosti	93 992	-532 640	-714 480	-833 924
Vyplacený zisk	-206 008	-532 640	-714 480	-833 924
Vklad zakladatele	300 000	0	0	0
Čistý peněžní tok celkem	610 982	283 940	-11 860	408 226
Stav peněžních prostředků a peněžních ekvivalentů na konci období	610 982	894 922	883 062	1 291 288

Zdroj: Vlastní zpracování

Firma v následujících třech letech neplánuje využití cizího kapitálu ve formě bankovních půjček či jiných úvěrových institucí pro svůj rozvoj. Jediným vkladem do společnosti je vklad zakladatele v hodnotě 300 000 Kč. Je předpokládána spolupráce se solidními klienty, kteří své pohledávky splatí řádně. Firma v roce 2025 pořídí automobil v hodnotě 300 000, který se stane jediným odepisovatelným majetkem společnosti, dále ve vlastnictví společnosti nejsou žádné stavby či jiný dlouhodobý majetek.

6.7.6 Financování

Vlastní zdroje

Vlastní zdroje jsou plánovány jako hlavní zdroj financování. Zakladatel díky předchozím zaměstnáním má vytvořené finanční rezervy, které budou sloužit jako případná podpora podnikání. Zejména tedy při krátkodobém nedostatku finančních prostředků. Firma má růstový potenciál, který by mohl být podpořen cizím kapitálem, ale příliš rychlý růst společnosti zapříčinil pokles kvality řízení v rukou jednoho zakladatele.

Bankovní půjčka

O bankovních půjčkách bude společnost uvažovat v případě, že by vlastní finance nebyly pro plynulý chod společnosti dostatečné a zakladatel společnosti by v pokračování podnikání viděl i nadále smysl (například v případě rychlého růstu či pádu společnosti).

Plán počítá s tím, že finance třetích stran budou využity nulově či naprosto minimálně.

6.7.7 Finanční analýza

Hodnoty pro finanční analýzu vycházejí ze zbytku finančního plánu. Tato podkapitola zahrnuje nejběžněji využívané finanční ukazatele pro společnost.

Ukazatele likvidity

Tyto ukazatele stanovují tzv. likviditu společnosti, což znamená míru schopnosti podniku uhradit své závazky. Hodnoty likvidity pro společnost OPIT jsou zaneseny v tabulce č. 11.

Tabulka 11: Finanční analýza – ukazatele likvidity

Ukazatel	2023	2024	2025	2026
Běžná likvidita	2,68	2,54	1,99	2,06
Pohotová likvidita	2,68	2,54	1,99	2,06
Okamžitá likvidita	2,55	2,43	1,89	2,00

Zdroj: Vlastní zpracování

Uvedené hodnoty v tabulce vypovídají o tom, že plán není úplně standartním. Je drženo malé množství financí v zásobách a je předpokládáno včasné splacení pohledávek, ze kterých budou hrazeny závazky společnosti. Společnost je dle ukazatelů velmi likvidní. Hodnotu likvidity zapříčiňuje vysoký vlastní kapitál ve spojení s konzervativním přístupem k investicím. S vývojem společnosti bude cílem optimalizovat hodnotu oproti hodnotě v počátečních letech stejně jako je to v letech 2025 a 2026.

Ukazatele zadluženosti

Jak plyne z názvu, tabulka č. 12 se týká úvěrového zatížení společnosti. Vzhledem k zvolené variantě samofinancování jsou výsledky získané v tabulce rovněž nestandardní. Ukazatel zadluženosti v případě, že by společnost hledala investora, je jeden z klíčových, na které se případný investor zaměřuje.

Tabulka 12: Finanční analýza – ukazatele zadluženosti

Ukazatel	2023	2024	2025	2026
Celková zadluženost	0,37	0,39	0,38	0,40
Koeficient samofinancování	1	1	1	1
Úrokové krytí	-	-	-	-

Zdroj: Vlastní zpracování

Ukazatele rentability

Tabulka č. 13 vyobrazuje ukazatele rentability, které patří mezi poměrové ukazatele. Tato skupina ukazatelů poměřuje zisk se zdroji, neboli úspěšnost dosahování cílů organizace při zohlednění vložených prostředků.

Tabulka 13: Finanční analýza – ukazatele rentability

Ukazatel	2023	2024	2025	2026
Rentabilita vlastního kapitálu	1,58	1,78	1,57	1,40
Rentabilita celkových aktiv	0,99	1,08	0,98	0,84

Zdroj: Vlastní zpracování

Rentabilita vlastního kapitálu ukazuje poměr výsledku hospodaření k vlastnímu kapitálu, tedy kolik korun zisku připadá na jednu korunu vlastního kapitálu. Rentabilita celkových aktiv ukazuje, jak umí společnost generovat zisk ze svých aktiv. Společnost dosahuje vysokých hodnot rentability.

6.8 *Lean Canvas model*

Lean Canvas model sestavený pro společnost OPIT shrnuje poznatky vytvářením podnikatelského plánu společnosti. Informace na plátně jsou narozdíl od klasického podnikatelského plánu napsány stručně a vybrány byly pouze ty nejdůležitější. Plátno bylo sestaveno dle struktury a postupu definovaného v teoretické části práce. Celé plátno modelu lze vidět na obrázku č. 14. Pro lepší přehlednost jsou jednotlivé části vypsány níže.

Problém – stagnace a konzervativnost konkurence; špatná komunikace se zákazníkem (marketing); nízká přidaná hodnota služeb.

Zákazník – menší společnosti; studenti; lidé pracující v kanceláři; domácnosti v okolí kanceláře. Prvními „vlastovkami“ jsou kamarádi, kontakty z dřívějších zaměstnání a rodina.

Řešení – neustálé zlepšování služeb se zaměřením na nové technologie; moderní prezentace společnosti navenek; nadstandartní komunikace se zákazníkem; důraz na kvalitu služeb.

Unikátní nabídka hodnoty – široká nabídka specializovaných služeb; videa na sociálních sítích; lokace kanceláře; mladý zakladatel.

Cesty k zákazníkům – kancelář; webové stránky; profil a reklamy na sociálních sítích (Instagram, Facebook); tištěné materiály; časopisy.

Struktura nákladů – zaměstnanci; nájem kancelářských prostor; zakoupení nástrojů a nářadí; vybavení kanceláře; do 2 let pořízení automobilu.

Cena – konkurenceschopná hodinová sazba za vykonání služeb; jednorázové poplatky za složitější úkony.

Hlavní ukazatele – počet nových zákazníků; počet vracejících se zákazníků; týdenní a měsíční tržby.

Neférová výhoda – časová flexibilita; chuť se učit a neustále zlepšovat; kontakty z vysoké školy; znalost práce se sociálními sítěmi.

Lean Canvas OPIT					
Problem	Solution	Unique Value Proposition	Unfair Advantage	Customer Segments	
- Nizká přidaná hodnota služeb - Stagnace a konzervativnost konkurence - Špatná komunikace se zákazníkem (marketing)	- Neustálé zlepšování služeb se zaměřením na nové technologie - Moderní prezentace společnosti navenek - Nadstandardní komunikace se zákazníkem - Důraz na kvalitu služeb	- Široká nabídka specializovaných služeb - Lokace kanceláře - Mladý zakladatel - Vídea na sociálních sítích	- Časová flexibilita - Chuť se učit a zlepšovat - Kontakty z VŠ - Znalost práce se sociálními sítěmi	- Menší společnosti - Studenti - Lidé pracující v kanceláři - Domácnosti v okolí kanceláře	
Existing Alternatives	Key Metrics	High-Level Concept	Channels	Early Adopters	
- Společnosti prodávající elektroniku nabízející I servisní služby - Menší servisní střediska - Jednotlivci s opravou doma	- Počet nových zákazníků - Počet vracejících se zákazníků - Týdenní tržby - Měsíční tržby	- Moderní přístupy k servisu zařízení – dělat to samé ale přitom jinak	- Kancelář - Webové stránky - Profily a reklamy na sociálních sítích (Facebook a Instagram) - Tištěné materiály - Časopisy	- Kamarádi + spolužáci - Kontakty z dřívějších zaměstnání - Rodina	
Cost Structure			Revenue Structure		
- Nájem kancelářských prostor - Zakoupení nástrojů a nářadí - Vybavení kanceláře - Do 2 let pořízení automobilu			- Konkurenceschopná hodinová sazba za vykonání služeb - Jednorázové poplatky za složitější úkony		

Obrázek 14: Lean Canvas model OPIT

Zdroj: Vlastní zpracování

7 Shrnutí

V Hradci Králové existuje několik servisních středisek pro opravy počítačů. Jedná se o jednotlivce i o větší společnosti. Většina těchto společností zanedbává modernizaci komunikace společnosti směrem k zákazníkovi, ať na webových stránkách, tak na sociálních sítích. Největším konkurentem společnosti je Počítačový záchranář. Nabídka služeb OPIT je nastavena na základě nabídky největšího konkurenta, portfolio bylo do začátku voleno téměř identické. Komunikační kanály společnosti jsou zejména sociální sítě a webové stránky kvůli zkušenostem autora práce, ale využito bude také tištěných materiálů a časopisů.

Finanční plán měl ukázat, zda je podnikání reálné. Po nastavení předpokládaných nákladů pro zahájení činnosti, odhadu nákladů pro fungování společnosti byl vypracován výsledek hospodaření, který od prvního roku vychází kladně. Podíl na zisku společnosti je jedinému zakladateli vyplácen až od druhého roku z důvodu nízkých zisků v roce prvním. Díky kladným výsledkům hospodaření a hodnotám ukazatelů finanční analýzy lze pokládat plán za reálný.

Výsledky práce rovněž shrnuje model Lean Canvas, struktura modelu je popsána v teoretické části práce. Model Lean Canvas je rozdělen do několika částí a jeho jednotlivé části pro společnost OPIT shrnují výsledky vypracovaného podnikatelského plánu. V grafické podobě je model k nazelení v praktické části práce.

Po realizování veškerých činností spojených s podnikatelským plánem je možné konstatovat, že plánovaná společnost je schopna minimálně v plánovaných třech letech schopna úspěšně fungovat.

8 Závěr

Tato diplomová práce byla rozdělena do dvou částí, teoretické a praktické. Teoretická část se zabývala základními pojmy a legislativní úpravou podnikání. Popisovala jednotlivé právní formy podnikání včetně jejich výhod, resp. nevýhod a náročnosti založení. Tato část rovněž zahrnovala teoretická východiska pro podnikatelský plán zejména pak jeho strukturu a popisovala jednotlivé části. Struktura stanovená a popsaná v části teoretické byla využita pro sestavení podnikatelského plánu společnosti OPIT popisované v části praktické. Teoretická část byla zakončena krátkou kapitolou o Lean Canvas modelu, kterým je v podobě pro společnost OPIT rozšířena praktická část. Praktická část představuje již samotný podnikatelský plán. Pro účely diplomové práce byla pozornost zaměřena zejména na analýzu tržního prostředí, marketingového a finančního plánování. Dále byla definována možná rizika spojená se vznikem podniku.

V průběhu vypracovávání praktické části práce jsem narazil na různé problémy, ať již ekonomické, finanční, administrativní či časové. Tím, že jsem na tyto problémy narazil, zamyslel jsem se nad nimi a následně je vyřešil jsem se utvrdil v tom, že plán je nedílnou součástí nově vznikající společnosti. Podnikatelské plány všeobecně nepokrývají všechny informace týkající se dané činnosti podniku, avšak s využitím slov Sokrata: „*Vím, že nic nevím.*“ – pokud je před založením společnosti sestaven dobrý plán, je společnost na dobré cestě k tomu dozvědět se všechny potřebné informace.

Rozhodl jsem se, že finance společnosti nebudou z velké části investovány, aby se společnost mohla co nejdříve ucházet o firemní zakázky a z našetřených financí investovat do vybavení a potřebného materiálu. V prvních třech letech bude zapotřebí enormních časových investic a dobrého managementu pro udržení stability. Vzhledem k tomu že jde o společnost, kterou bych rád založil a řídil, tak se jedná o odpovídající starost.

Z finančního plánu je zřejmé že ve společnosti nejsou využity půjčky či úvěry, což do jisté míry omezuje možnosti růstu. Tyto možnosti jsou obětovány ve snaze udržení vysoké kvality služeb stejně tak jako managementu. Dále také nevyužití cizích zdrojů

plyne z faktu, že společnost nemá mnoho způsobů, jakými bance či investorovi ručit. Také proto, že jako zakladatel společnosti nemám žádné zkušenosti v oblasti vedení podniku, ani s rychle rostoucí firmou a tak by nadměrný růst mohl přivodit vážné problémy.

Pro podnik OPIT bude rozhodujícím rok 2026, jelikož v tomto roce dle plánu společnost nabírá jednoho stálého zaměstnance a bude zapotřebí efektivně plánovat velikost produkce služeb a stejně tak i jednotlivé zakázky. Tento rok bude rozhodující v tom, zda společnost bude v budoucnu schopna pojmout větší klienty a účinně uspokojit jejich požadavky.

Závěrem lze dodat, že podnikatelský plán zpracovaný touto prací je možné uskutečnit se ziskem pouze v tom případě, že bude podnik využívat dostatečný počet zákazníků, se kterými je v tomto plánu počítáno. Stanovené cíle práce byly splněny, jelikož je plán zpracovaný na základě citované literatury a zkušeností autora, zároveň je realizovatelný a schopný k využití v začátcích podnikání.

9 Seznam použité literatury

9.1 Tištěné zdroje

GRASSEOVÁ, Monika; DUBEC, Radek; ŘEHÁK, David. Analýza podniku v rukou manažera. 2. vyd. Brno: BizBooks, 2012. ISBN 978-80-265-0032-2.

HISRICH, Robert D. a Michael P. PETERS. Založení a řízení nového podniku. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6.

KNÁPKOVÁ, Adriana, Drahomíra PAVELKOVÁ, Daniel REMEŠ a Karel ŠTEKER. Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady. 3., kompletně aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2017. Prosperita firmy. ISBN 978-80-271-0563-2.

KORÁB, V., et al.: Podnikatelský plán: kroky k sestavení úspěšného plánu. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2007, 216 s. Grada. ISBN 978-802-5116-050

Maurya, A. Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2012

ORLÍK, Tomáš. Tvorba, hodnocení a financování podnikatelských projektů. Praha: 2011. Vysoká škola ekonomická v Praze, katedra managementu. Přednáška na Vysoké škole ekonomické v Praze v rámci předmětu Strategie a podnikatelský plán MSP.

OSTERWALDER, Alexander a Yves PIGNEUR. Tvorba business modelů: příručka pro vizionáře, inovátory a všechny, co se nebojí výzev. 2. vydání. Přeložil Radek BLAHETA. V Brně: BizBooks, 2015. ISBN 978-80-265-0425-2.

Owens, T., & Fernandez, O. The Lean Enterprise. New Jersey, USA: Wiley, 2015

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-802-4733-395.

SRPOVÁ, Jitka, Ivana SVOBODOVÁ, Pavel SKOPAL a Tomáš ORLÍK, 2011. Podnikatelský plán a strategie. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-7076-5.

SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA. Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0407-9.

SYNEK, Miloslav. Manažerská ekonomika. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.

9.2 Seznam internetových zdrojů

Analýza pěti sil 5F (Porter's Five Forces). ManagementMania.com [online]. Wilmington (DE) 2011-2022, 22.05.2016 [cit. 20. 01. 2022]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/analyza-5f>

Ceník platebních terminálů [online]. [cit. 09. 04. 2022]. Dostupné z: <https://platbakartou.csob.cz/platebni-terminaly/cenik/>

ČESKO. č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů. Zákony pro lidi.cz [online]. [cit. 20. 04. 2022]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90>

ČESKO. Zákon č. 304/2013 Sb., o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob. In: Zákony pro lidi.cz [online]. [cit. 19. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2013-304>

ČESKO. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon). Zákony pro lidi.cz [online]. [cit. 19. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>

ČESKO. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník. Zákony pro lidi.cz [online]. [cit. 19. 1. 2022]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-513>

ČESKO. Zákon č. 586/1992 Sb., České národní rady o daních z příjmů. In: Zákony pro lidi.cz [online]. [cit. 19. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-586>

ČESKO. Zákon č. 589/1992 Sb., České národní rady o pojistném na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti. Zákony pro lidi.cz [online]. [cit. 19. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-589>

ČESKO. Zákon č. 592/1992 Sb., České národní rady o pojistném na veřejné zdravotní pojištění. Zákony pro lidi.cz [online]. [cit. 19. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-592>

ČESKO. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Zákony pro lidi.cz [online]. [cit. 19. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

ČESKO. Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích). Zákony pro lidi.cz [online]. [cit. 19. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90>

Čtvrtletní národní účty, Tvorba a užití HDP a Předběžný odhad HDP – Rychlé informace. Český statistický úřad [online]. [cit. 10. 03. 2022]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/ctvrtletni-narodni-ucty-tvorba-a-uziti-hdp-a-predbezny-odhad-hdp>

Důvěra ústavním institucím v listopadu/prosinci 2021. Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) [online]. Praha, 7. ledna 2022 [cit. 08. 03. 2022]. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove-zpravy/politicke/institute-a-politici/5517-duvera-ustavnim-institucim-v-listopadu-prosinci-2021>

Konkurenční výhoda (Competitive Advantage). ManagementMania.com [online]. Wilmington (DE) 2011-2022, 01.05.2019 [cit. 19. 01. 2022]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/konkurencni-vyhoda-competitive-advantage>

Lean Canvas. *Canvasgeneration* [online]. [cit. 05. 04. 2022]. Dostupné z: <https://www.canvasgeneration.com/canvas/lean-canvas/>

mKonto Business. *mBank* [online]. mBank, 2022 [cit. 12. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.mbank.cz/firemni/ucty/mkonto-business/>

MVČR. Jaké služby poskytuje Czech POINT?. CzechPOINT [online]. 2018 [cit. 12. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.czechpoint.cz/public/verejnost/sluzby/>

Nezaměstnanost, zaměstnaní, ekonomická aktivita pro osoby ve věku 15-64 let v měsíčních údajích. Český statistický úřad, veřejná databáze [online]. [cit. 12. 03. 2022] Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/shortUrl?su=7be37076>

Obchodní rejstřík, rejstřík firem v ČR, vztahy a vazby z justice.cz. Kurzy.cz [online]. [cit. 16. 02. 2022]. Dostupné z: <https://rejstrik-firem.kurzy.cz/>

PESTLE analýza. ManagementMania.com [online]. Wilmington (DE) 2011-2022, 30.07.2015 [cit. 16. 02. 2022]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/pestle-analyza>

Průvodce databází o nezaměstnaných vysokoškolácích. Středisko vzdělávací politiky [online]. [cit. 12. 03. 2022]. Dostupné z: <http://www.strediskovzdelavacipolitiky.info/app/navs2010/default.asp>

Průvodce podnikáním: Komplexní podnikatelský plán [online]. ČSOB [cit. 19. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.pruvodcepodnikanim.cz/nastroje/komplexni-podnikatelsky-plan/>

Rádce (nejen pro začínající) podnikatele. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 19.11.2018 [cit. 11. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/pruvodce-zivnostenskym-podnikanim/radce-nejen-pro-zacinajici-podnikatele--225510/>

SWOT analýza. ManagementMania.com [online]. Wilmington (DE) 2011-2022, 30.09.2020 [cit. 23. 01. 2022]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

U konto BUSINESS [online]. UniCredit Bank 2021 [cit. 12. 01. 2022]. Dostupné z: <https://www.unicreditbank.cz/cs/podnikatele-a-mensi-firmy/ucty/ukontobusiness.html>

A Příloha – Finanční plán

A 1. Plánované objemy zakázek

Tabulka 14: Plán činností výnosů

Úkon	Cena	1/2023	2/2023	1/2024	2/2024	1/2025	2/2025	1/2026	2/2026
Hodinová práce servis	475	700	800	850	950	850	950	1650	1650
Expresní servis	750	20	20	45	45	55	55	85	90
Odvirování počítače	700	10	15	25	25	30	50	50	50
Zrychlení systému počítače	500	10	10	25	25	35	35	50	50
Vyčištění počítače	500	10	10	25	25	35	35	40	55
Montáž komponent	700	10	15	20	20	20	20	25	25
Výměna komponent	700	15	30	40	55	55	65	85	95
Instalace programu	500	5	20	20	20	25	25	40	40
Instalace operačního systému	850	5	5	20	20	25	25	25	30
Záloha dat	800	1	10	20	24	28	25	35	35
Návrh počítače	950	5	5	10	10	25	45	45	50
Fyzické sestavení počítače	950	5	5	10	10	20	45	45	50

Zdroj: Vlastní zpracování

A 2. Plánované výnosy dle činností

Tabulka 15: Plánované výnosy dle činnosti

Úkon	1/2023	2/2023	1/2024	2/2024	1/2025	2/2025	1/2026	2/2026
Hodinová práce servis	332 500	513 000	513 000	513 000	513 000	513 000	878 750	878 750
Expresní servis	15 000	15 000	33 750	33 750	41 250	41 250	63 750	67 500
Odvirování počítače	7 000	10 500	17 500	17 500	21 000	35 000	35 000	35 000
Zrychlení systému počítače	5 000	5 000	12 500	12 500	17 500	17 500	25 000	25 000
Vyčištění počítače	5 000	5 000	12 500	12 500	17 500	17 500	20 000	27 500
Montáž komponent	7 000	10 500	14 000	14 000	14 000	14 000	17 500	17 500
Výměna komponent	10 500	21 000	28 000	38 500	38 500	45 500	59 500	66 500
Instalace programu	2 500	10 000	10 000	10 000	12 500	12 500	20 000	20 000
Instalace operačního systému	4 250	4 250	17 000	17 000	21 250	21 250	21 250	25 500
Záloha dat	800	8 000	16 000	19 200	22 400	20 000	28 000	28 000
Návrh počítače	4 750	4 750	9 500	9 500	23 750	42 750	42 750	47 500
Fyzické sestavení počítače	4 750	4 750	9 500	9 500	19 000	42 750	42 750	47 500
Součet	399 050	611 750	693 250	706 950	761 650	823 000	1 254 250	1 286 250
Součet roční	1 010 800		1 400 200		1 584 650		2 540 500	

Zdroj: Vlastní zpracování

A 3. Rozvaha

Tabulka 16: Rozvaha v plném rozsahu společnosti OPIT (brutto)

		2023	2024	2025	2026
	AKTIVA CELKEM	642 870	934 537	1 227 012	1 629 553
A.	POHLEDÁVKY ZA UPSANÝ ZÁKLADNÍ KAPITÁL	0	0	0	0
B.	DLOUHODOBÝ MAJETEK	0	0	300000	300000
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	0	0	0	0
B. I.	Dlouhodobý hmotný majetek	0	0	300 000	300 000
B. I. 2.	Pozemky	0	0	0	0
B. II.	Stavby	0	0	0	0
B. II. 4.	Hmotné movité věci a jejich soubory	0	0	300 000	300 000
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	0	0	0	0
C.	OBĚŽNÁ AKTIVA	642 870	934 537	927 012	1 329 553
C. I.	Zásoby	0	0	0	0
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	0	0	0	0
C. III.	Krátkodobé pohledávky	31 888	39 615	43 950	38 265
C. III.	Pohledávky z obchodních vztahů	31 888	39 615	43 950	38 265
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	610 982	894 922	883 062	1 291 288
D.	OSTATNÍ AKTIVA – PŘECHODNÉ ÚČTY AKTIV	0	0	0	0
D. 1.	Časové rozlišení	0	0	0	0
	PASIVA CELKEM	642 870	934 537	1 227 012	1 629 553
A.	VLASTNÍ KAPITÁL	403 004	566 320	760 244	983 282
A. I.	Základní kapitál	300 000	300 000	300 000	300 000
A. I. 1.	Základní kapitál	300 000	300 000	300 000	300 000
A. II.	Ážio a kapitálové fondy	0	0	0	0

A. III.	Fondy ze zisku	0	0	0	0
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	0	103 004	266 320	460 244
A. IV. 1.	Nerozdělený zisk minulých let	0	103 004	266 320	460 244
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+ / -)	103 004	163 316	193 924	223 038
B.	CIZÍ ZDROJE	239 866	368 218	466 768	646 272
B. I.	Rezervy	0	0	0	0
B. II.	Dlouhodobé závazky	0	0	0	0
B. III.	Krátkodobé závazky	239 866	368 218	466 768	646 272
B. III. 4.	Závazky z obchodních vztahů	23 858	31 586	68 920	129 986
B. III. 8.	Závazky ke společníkům	206 008	326 632	387 848	446 076
B. III. 10.	Závazky k zaměstnancům	10 000	10 000	10 000	70 210
C.	OSTATNÍ PASIVA – PŘECHODNÉ ÚČTY PASIV	0	0	0	0
C. I.	Časové rozlišení pasiv	0	0	0	0

Zdroj: Vlastní zpracování

A 4. Výsledovka

Tabulka 17: Výsledovka společnosti OPIT

		2023	2024	2025	2026
	Celkové tržby (z prodeje vlastních výrobků a služeb + zboží + DM + materiálu)	1 010 800	1 400 200	1 634 650	2 640 500
I.	Tržby z prodeje vlastních výrobků a služeb	1 010 800	1 400 200	1 634 650	2 640 500
II.	Tržby za prodej zboží	0	0	0	0
A.	Výkonová spotřeba	112 000	122 000	137 000	147 000
1.	Náklady vynaložené na prodané zboží	0	0	15 000	25 000
2.	Spotřeba materiálu a energie	10 000	20 000	20 000	20 000
3.	Služby	102 000	102 000	102 000	102 000
B.	Změna stavu zásob vlastní činností	0	0	0	0
C.	Aktivace	0	0	0	0
D.	Osobní náklady	50 000	120 000	120 000	842 520
1.	Mzdové náklady	50 000	120 000	120 000	660 000
2.	Náklady na sociální zabezpečení, zdravotní pojištění a ostatní náklady	0	0	0	182 520
2. 1	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	0	0	0	182 520
2. 2	Ostatní náklady	0	0	0	0
E.	Úpravy hodnot v provozní oblasti	0	0	33 000	66 750
1.	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	0	0	0	0
1. 1	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - trvalé	0	0	33 000	66 750
1. 2	Úpravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - dočasné	0	0	0	0
2.	Úpravy hodnot zásob	0	0	0	0
3.	Úpravy hodnot pohledávek	0	0	0	0
III.	Ostatní provozní výnosy	0	0	0	0
F.	Ostatní provozní náklady	213 130	150 100	147 600	207 600
*	Provozní výsledek hospodaření	635 670	1 008 100	1 197 050	1 376 630

IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku – podíly	0	0	0	0
1	Výnosy z podílů – ovládaná nebo ovládající osoba	0	0	0	0
2	Ostatní výnosy z podílů	0	0	0	0
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly	0	0	0	0
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	0	0	0	0
1	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	0	0	0	0
2	Ostatní výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	0	0	0	0
H.	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	0	0	0	0
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy	0	0	0	0
VII.	Ostatní finanční výnosy	0	0	0	0
K.	Ostatní finanční náklady	0	0	0	0
*	Finanční výsledek hospodaření	0	0	0	0
**	Výsledek hospodaření před zdaněním	635 670	1 008 100	1 197 050	1 376 630
L.	Daň z příjmů za běžnou činnost	120 650	191 520	227 430	261 440
	Daň z příjmů splatná	120 650	191 520	227 430	261 440
	Daň z příjmů odložená	0	0	0	0
**	Výsledek hospodaření po zdanění	515 020	816 580	969 620	1 115 190
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům	412 016	653 264	775 696	892 152
***	Výsledek hospodaření za účetní období	103 004	163 316	193 924	223 038
*	Čistý obrat za účetní období = I. + II. + III. + IV.	1 010 800	1 400 200	1 634 650	2 640 500

Zdroj: Vlastní zpracování

Zadání diplomové práce

Autor: Ondřej Podolský

Studium: I2000097

Studijní program: N0688A140001 Informační management

Studijní obor: Informační management

Název diplomové práce: Podnikatelský plán

Název diplomové práce AJ: Business plan

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Cíl práce: Hlavním cílem diplomové práce je na základě poznatků ze studia a literatury vytvořit podnikatelský plán, provést analýzy a zhodnotit ekonomickou realizovatelnost celého záměru pro podnik poskytující IT služby. Osnova: 1. Úvod 2. Podstata podnikání a základní pojmy 3. Model Lean Canvas 4. Podnikatelský plán 5. Analýza problému a současné situace 6. Vlastní řešení a jeho přínos 7. Shrnutí 8. Závěr

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6., SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-802-4733-395, SYNEK, Miloslav. Manažerská ekonomika. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1, KORÁB, V., et al.: Podnikatelský plán: kroky k sestavení úspěšného plánu. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2007, 216 s. Grada. ISBN 978-802-5116-050

Garantující pracoviště: Katedra ekonomie,
Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: Ing. Libuše Svobodová, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 24.1.2022