

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Vznik podnikatelského subjektu na základě realizace
konkrétního podnikatelského záměru**

**Establishing of business entity based on the realisation of a
specific business plan**

Miloslav Sirový

Plzeň 2012

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Vznik podnikatelského subjektu na základě realizace konkrétního podnikatelského záměru“

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

V Plzni, dne 4. května 2012

.....
Podpis

Poděkování

Děkuji Ing. Lence Zahradníčkové za cenné připomínky a rady, které mi v průběhu mé práce poskytla a za ochotné vedené mé bakalářské práce.

Dále bych chtěl poděkovat všem, kteří mi svojí podporou a pomocí umožnili dokončení této práce.

Obsah

| | |
|--|----|
| Úvod..... | 8 |
| 1 Základní pojmy | 9 |
| 1.1 Podnikání..... | 9 |
| 1.2 Podnikatel..... | 10 |
| 1.3 Podnik | 11 |
| 2 Rozhodovací proces..... | 12 |
| 2.1 Předpoklady úspěchu začínající firmy | 13 |
| 2.2 Legislativa..... | 16 |
| 3 Přehled a porovnání právních forem podnikání..... | 18 |
| 3.1 Podnikání fyzických osob | 18 |
| 3.1.1 Živnost | 18 |
| 3.2 Podnikání právnických osob | 19 |
| 3.3.3 Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)..... | 20 |
| 3.3 Kritéria volby právní formy podnikání | 21 |
| 3.4 Podnikatelský nápad a výběr formy podnikání..... | 22 |
| 4 Vymezení založení společnosti s ručením omezeným | 25 |
| 4.1 Sepsání zakladatelské listiny..... | 25 |
| 4.2 Prohlášení správce vkladu, vklad základního kapitálu | 26 |
| 4.3 Získání živnostenských oprávnění | 28 |
| 4.3.1 Právní úprava živnostenského podnikání | 28 |
| 4.3.2 Ohlášení živnosti..... | 29 |
| 4.4 Zápis do obchodního rejstříku..... | 30 |
| 4.5 Ohlašovací a registrační povinnosti | 31 |
| 5 Podnikatelský plán..... | 32 |
| 6 Realizace konkrétního podnikatelského záměru..... | 33 |

| | | |
|-------|---|----|
| 6.1 | Popis společnosti..... | 33 |
| 6.1.1 | Předmět činnosti | 34 |
| 6.1.2 | Poslání, vize, cíle a strategie..... | 34 |
| 6.1.3 | Výběr názvu společnosti..... | 36 |
| 6.2 | Analýza okolí podniku | 37 |
| 6.2.1 | Tržní situace..... | 37 |
| 6.2.2 | Obecné informace o oboru podnikání..... | 38 |
| 6.2.3 | Analýza umístění | 39 |
| 6.2.4 | Analýza konkurence | 39 |
| 6.2.5 | Vnitřní analýzy | 41 |
| 6.2.6 | SWOT analýza..... | 42 |
| 6.3 | Marketingový plán | 44 |
| 6.3.1 | Marketingový mix – 4P | 44 |
| 6.3.2 | Vyhodnocení marketingových aktivit, zpětná vazba..... | 61 |
| 6.4 | Finanční plán..... | 62 |
| 6.4.1 | Náklady na založení podniku..... | 63 |
| 6.4.2 | Počáteční náklady na provozování činnosti..... | 63 |
| 6.4.3 | Měsíční provozní náklady..... | 64 |
| 6.4.4 | Zahajovací rozvaha | 66 |
| 6.4.5 | Odhad nákladů a výnosů podniku – reálný výhled na 3 roky..... | 66 |
| 7 | Zhodnocení úspěšnosti realizace podnikání | 70 |
| 7.1 | Srovnání variant ekonomického vývoje podniku..... | 70 |
| 7.2 | Zhodnocení podnikatelského záměru..... | 72 |
| | Závěr | 74 |
| | Seznam tabulek | 76 |
| | Seznam obrázků..... | 77 |

| | |
|---------------------------------|----|
| Seznam zkratek | 78 |
| Seznam použité literatury | 79 |
| Seznam příloh | 82 |

Úvod

Téma zabývající se založením podnikatelského subjektu si autor práce vybral proto, že uvažuje o založení vlastního podniku po ukončení studia. Zpracováním dané problematiky by rád získal argumenty pro a proti.

Pokud chce být podnikatel úspěšný, musí mít nejen motiv k zahájení podnikání ale i určité osobní předpoklady. Je potřebné být seznámen se základními principy podnikání, které lze získat studiem, četbou odborné literatury, praxí nebo i metodou pokus – omyl.

Nalezení podnikatelské příležitosti je vzhledem k saturaci trhu čím dál tím těžší. Může se jednat o dlouhodobě zvažovanou myšlenku i o náhlý nápad. Může se jednat o podnikatelský záměr, který na trh přinese ojedinělou službu či nový výrobek, kterým vyplní mezeru na trhu, či o záměr, při kterém dojde k inovaci stávajících produktů.

Specifická je i forma elektronického obchodování, o které autor uvažuje. Podnikání v obchodu může být realizováno nabízením již existujícího produktu s přidanou hodnotou vzhledem ke konkurenci - tato varianta je obecně spojena s menším rizikem, ale v prostředí silné konkurence pravděpodobně také s menším výnosem. Druhou možností, jak získat konkurenční výhodu, je prosadit se na trhu se zcela novým produktem – rizika spojená se zaváděním produktu na trh jsou vykompenzována vyšším výnosem.

Předmětem podnikatelského záměru této bakalářské práce je tedy internetový obchod se zaměřením na prodej sportovního vybavení. Na českém trhu existuje již celá řada internetových obchodů nabízející zboží sportovního charakteru. Nicméně hodně těchto firem se spokojí s běžnou nabídkou vybavení a nesledují nové trendy v odvětví. Zamýšlený obchod specializuje svoji nabídku pro skupinu zákazníků, kteří chtějí poslední technické a módní výstřelky. Těmto požadavkům hodlá obchod vyjít vstříc a využít tak mezery na trhu s inovativním a specializovaným zbožím, které se pojí s větším rizikem.

Hlavním cílem této práce je realizace podnikového plánu včetně nezbytných předcházejících kroků. Práce řeší danou problematiku komplexně od výběru formy podnikání a analýzu odvětví přes zpracování marketingové strategie až po finanční analýzu a zhodnocení záměru.

1 Základní pojmy

Na začátku práce je vhodné seznámit se s několika základními pojmy, které jsou zde definovány v kontextu jejich dalšího užití.

1.1 Podnikání

Nejrozšířenější definice podnikání je uvedena v Obchodním zákoníku, § 2: „Podnikání se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku“ [1].

Soustavnou činností se rozumí pravidelná nebo opakující se činnost. Samostatnost v podnikání znamená, že podnikatel sám rozhoduje o oboru, způsobu, formě podnikání, umístění podniku, jeho organizaci, míře použití cizího kapitálu, o způsobu rozdělení hospodářského výsledku, o rozsahu, čase a místě výkonu svých aktivit. A konečně podnikání na vlastní jméno a odpovědnost značí, že podnikatelský subjekt musí mít jméno, pod kterým jsou vykonávány podnikatelské aktivity, a že nese zodpovědnost za plnění smluvních podmínek a dodržování právních předpisů.

Jedním z projevů samostatnosti v podnikání je volba právní formy podnikání. Ta je zcela zásadní a je nutné ji věnovat dostatečnou pozornost.

Základní právní formy podnikání jsou dle [2]:

- samostatný podnikatel (živnosti),
- obchodní společnosti
 - osobní (veřejná obchodní společnost, komanditní společnost),
 - kapitálové (společnost s ručením omezeným, akciová společnost),
 - družstva,
- státní podniky,
- ostatní.

Primárním cílem podnikání je podle klasického pojetí teorie firmy maximalizace zisku. Zisk je základním motivem podnikání a tím i hlavním kritériem pro rozhodování. Vedle tohoto primárního cíle může podnik plnit i další cíle, mnohdy neméně důležité, například dosažení určitého podílu na trhu, dlouhodobé zajištění produkce, snižování nezaměstnanosti v regionu, uspokojení spotřebitelské poptávky, zajištění ochrany životního prostředí, získání politického vlivu, nezávislost podniku, apod. [2].

1.2 Podnikatel

Podle obchodním zákoníku, § 2 je podnikatelem [1]:

- osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.

Podnikatel je ústřední postavou jak podniku, tak i celého podnikání jako takového. Je to právě on, kdo podnik založí, obětujeme mu svůj čas a určuje strategii podniku, kterou se bude řídit. Podnikatele je nutno vnímat především jako fyzickou osobu stojící za podnikem. Je to člověk s vizí a odhodláním tuto vizi naplňovat prostřednictvím podnikání. Jedná se o osobu s určitými osobními a profesními kvalitami.

Existuje mnoho osobních a profesních kvalit, které by měl podnikatel splňovat a které mu mohou pomoci při podnikání.

Veber uvádí ve své publikaci výstižné desatero úspěšného podnikatele [3]:

1. Vytrvalost v činnosti, protože učiněná rozhodnutí se zpravidla neprojeví ihned, ale až s odstupem času.
2. Sebedůvěra v sebe a svá rozhodnutí je nepostradatelná v okamžicích neúspěchů, které se mohou dostavit a kterými se podnikatel nesmí nechat odradit.
3. Odpovědnost za svá rozhodnutí, a to jak právní, v podobě ručení, tak i morální ve vztahu k zaměstnancům, obchodním partnerům a státu.
4. Informovanost, protože jen na základě aktuálních a pravdivých informací může podnikatel dělat správná rozhodnutí.
5. Podnikatel musí být iniciativní, musí konat dříve, než jej k tomu přinutí okolnosti.
6. Podnikatel musí pochopit relace: cena – kvalita – flexibilita.
7. Plánovitost, předvídání a racionální přemýšlení.
8. Podnikatel musí respektovat okolí podniku.
9. Monitoring trhu a využití příležitostí.
10. Znalost svých silných stránek a přirozené úsilí o úspěch.

1.3 Podnik

Definice podniku dle obchodního zákoníku, § 5 zní: „Podnikem se pro účely tohoto zákona rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit“ [1].

Hmotnou složkou se rozumí zařízení či stroje, osobní složkou lidská práce či know-how podniku [1].

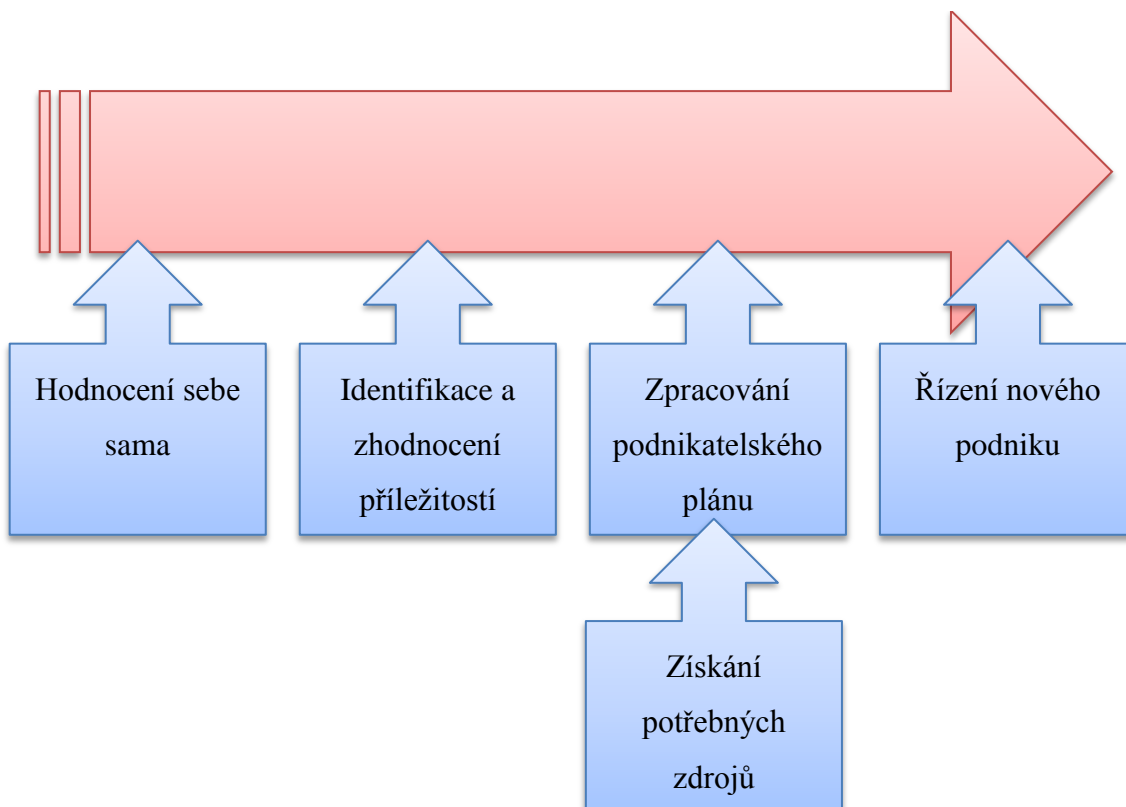
Vymezení podniku dle Wöheho zní: „Podnik je samostatně hospodařící jednotkou, ve které probíhá proces zhotovování statků a poskytování služeb, odbyt statků a služeb a jejich spotřeba“ [4].

2 Rozhodovací proces

Pro založení vlastního podniku je důležité pochopit vztahy definované na následujícím obrázku - Obrázek 2.1.

„Každý z těchto kroků je důležitý z hlediska konečného úspěchu založení firmy a všechny tyto kroky jsou vzájemně spjaty“ [5]. Budoucí podnikatel by si měl jako první uvědomit svoje silné a slabé stránky, v čem vyniká. Na tom by měl začít stavět svoje podnikání. Druhým krokem je identifikace příležitosti a její zhodnocení. Tento krok patří k nejobtížnějším. Umět rozpoznat a objektivně zhodnotit příležitost není jednoduché a jedná se o složitý proces. Záleží na schopnosti podnikatele takové příležitosti vidět a být seznámen se situací na trhu daného oboru podnikání. Třetím krokem je zpracování podnikatelského plánu konkrétní příležitosti. Podnikatelský plán definuje a kvantifikuje podnikatelské cíle a prostředky k jejich dosažení. Představuje strategii, jak těchto cílů dosáhnout. Zároveň slouží jako prostředek pro získání potřebného kapitálu. „Konkrétním východiskem podnikatelského plánu je představa o výši zisku či míře zhodnocení vloženého kapitálu“ [2]. Posledním krokem je spuštění a řízení nového podniku.

Obrázek 2.1 Aspekty rozhodovacího procesu o založení vlastního podniku



2.1 Předpoklady úspěchu začínající firmy

Každý rok vzniká velké množství firem s nejrůznějším předmětem činnosti, různé velikosti a s různými cíli. Každý rok také velké množství těchto firem končí z nejrůznějších důvodů.

Pro účely této bakalářské práce vzniká virtuální firma 4RIDERS. Na ní budou dále prezentovány jednotlivé procesy při zakládání firmy.

Potenciální podnikatelé by před začátkem podnikání měli zvážit následující body:

Získání motivace a odhodlání podnikat

Potenciální podnikatel si klade otázky typu: Proč chci vstoupit do podnikání? Zkoušel jsem již v minulosti podnikat? Jaké byly výsledky mých předchozích podnikatelských aktivit? Podnikání zcela jistě významně zasáhne do života podnikatele, je proto nutné zodpovědět i na otázky typu: Jakým způsobem budu organizovat můj život (pracovní x osobní)? Jaký bude můj denní režim? Jak vnímají podnikání mí nejbližší [3]?

Zakladatel firmy 4RIDERS chce vstoupit do podnikání za účelem zisku finančních prostředků v oboru, kterému rozumí a který ho zajímá. Zakladatel již úspěšně vede podnik poskytující služby v oblasti fitness a má tak nejen zkušenosti s vedením podniku, ale také s dělbou pracovního a osobního života. Podnikatel si uvědomuje nutnost vyššího pracovního nasazení na úkor svého volného času a má podporu od svých nejbližších.

Zvážení osobních předpokladů pro podnikání

„Soukromé podnikání znamená přijmout velkou odpovědnost za všechny své činy a rozhodnutí a nést je až do konce“ [6 str. 64]. Být podnikatelem je, především v začátcích, velká práce, odříkání a s tím související odpovědnost. Naprostá většina podnikatelů zažila období, kdy se jim i přes sebevětší úsilí nedařilo a je potřebné si s takovými situacemi poradit.

Potenciální podnikatel by si měl klást otázky typu: Jsem schopen zrealizovat svůj podnikatelský záměr? Umím čelit nepříjemným situacím? Jsem připraven převzít odpovědnost?

Zakladatel obchodu 4RIDERS si je jistý realizací podnikatelského záměru. Z pozice manažera, kterou vykonává 10 let, je zvyklý řešit nepříjemné situace a je odolný vůči stresu.

Podnikatelský nápad nebo objevení mezery na trhu

Dobrý nápad by měl být předpokladem každého podnikání.

Potenciální podnikatel by si měl klást otázky typu: Jaký je charakter výrobku, služby? Na jaké požadavky a potřeby výrobky nebo služba reaguje? Je tento trh přiměřeně perspektivní? Kdo jsou naši konkurenti? Budou zákazníci nakupovat raději u nás nebo u konkurence?

Obchod 4RIDERS má charakter moderního internetového obchodu, který pružně reaguje na potřeby svých zákazníků. Požadavky mohou být různorodé od zavedení konkrétního zboží, přes rozšíření sortimentu, až po zavedení nové sekce zboží. Potenciální obchod spatřuje konkurenci ve všech zavedených internetových obchodech s podobným zaměřením. Zakladatel sází na kombinaci sortimentu, které jiné obchody najednou nenabízejí, dále výhodný věrnostní systém, schopnost rychle vyřizovat i nadstandardní přání zákazníků ohledně sortimentu a kvalitní vedení obchodu.

Vyjasnění podnikatelského záměru

Vyjasněním podnikatelského záměru hned v úvodu podnikání pomůže podniku lépe porozumět svým slabým a silným stránkám. Umožní tak odhalení možného neúspěchu budoucího podniku [6].

Nedílnou součástí podnikatelského záměru je zpracování sortimentu výrobků a služeb, které bude podnik nabízet, vymezení vhodného trhu a potenciálních zákazníků a poznání konkurence. Je nutné zvážit i kapitálovou náročnost takového podnikatelského záměru [3].

Podnikatelský záměr obchodu 4RIDERS vychází ze zjištění, že na trhu převyšuje poptávka nad nabídkou po specifickém sportovním vybavení. Zakladatel na základě průzkumu vytvořil portfolio značek a kategorií zboží, které plánuje nabízet. Podnik rovněž plánuje provozovat servis lyží, snowboardů a běžeckých lyží. Zakladatel disponuje dostatečnými interními zdroji kapitálu pro založení a provoz podniku.

Vyjasnění potřeby finančních a dalších zdrojů

Velmi důležitou kapitolou podnikatelského plánu je finanční plán. Potenciální podnikatelé mají často nápad, ale nemají již potřebné finanční prostředky. Základním východiskem pro stanovení výše potřebných finančních prostředků je definovat rozsah podnikatelských aktivit v prvních fázích podnikání.

Potenciální podnikatel si klade otázky typu: Jaký je předpokládaný rozsah odbytu zboží? Jaké druhy zdrojů a v jakém sortimentu a množství budou potřeba? Jaký objem finančních prostředků budeme potřebovat a jak ho získáme? Lze očekávat výnos [3; 6]?

Finanční plán obchodu 4RIDERS je detailně zpracován v kapitole 6.4 Finanční plán.

Vymezení předmětu činnosti a volba právní formy podnikání

Volbou právní formy podnikání se zabývá kapitola 3 Přehled a porovnání právních forem podnikání.

Sestavení zakladatelského rozpočtu

Zakladatelský rozpočet je často podceňovanou částí podnikatelského plánu. Cílem sestavení zakladatelského rozpočtu je kvantifikace potřebných zdrojů k podnikání, které musí zakladatel vložit do podniku dříve, než začne vydělávat.

Jedná se především o:

- Výdaje spojené se založením firmy.
- Sepsní dlouhodobého hmotného a nehmotné majetku nutného pro rozjezd firmy.
- Kvantifikování výše aktiv nezbytných v začátku podnikání, než začne firma vydělávat.
- Předpokládaný rozsah výnosů, nákladů a zisku v několika variantách – pesimistické, realistické a optimistické.
- Sestavení cash-flow.
- Předpokládaná návratnost vloženého kapitálu [6].

Potenciální podnikatel si klade otázky typu: Kolik bude stát založení firmy? Kolik majetku bude potřeba k rozjezdu podnikání? Kolik zaměstnanců bude potřeba k chodu podniku?

Zakladatelský rozpočet je zpracován v kapitole 6.4.1 Náklady na založení podniku.

2.2 Legislativa

Právní předpisy pro podnikání vychází z Listiny základních práv a svobod, kde je v čl. 26 zakotveno právo každého občana podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost. Před samotným začátkem podnikání je nutné, aby se podnikatel seznámil se základními právními předpisy.

Mezi základní právní normy vztahující se k společnosti provozující internetový prodej patří:

- **Živnostenský zákon (zák. č. 455/1991 Sb.)** definuje pojem živnostenské podnikání, stanovuje podmínky a překážky pro vydání a provozování živnosti, vymezuje povinnosti živnostníka, upravuje podnikání cizinců a v neposlední řadě i definuje kontrolní činnost v rámci živnostenské kontroly a případné pokuty za porušování zákona [7].
- **Obchodní zákoník (zák. č. 513/1991 Sb.)** vymezuje pojmy jako podnikání, podnikatel, podnik apod. Jedná se o předpis upravující postavení podnikatelů, právní formy podnikání, zabývá se obchodními závazkovými vztahy i jinými vztahy, které s podnikáním souvisejí [1].
- **Zákon o účetnictví (zák. č. 563/2001 Sb.)** stanovuje rozsah a způsob vedení účetnictví a požadavky na jeho průkaznost. Najdeme zde např. povinnosti stanovené účetním jednotkám, principy účetnictví, jaké informace musí obsahovat účetní doklady či knihy, jak má probíhat inventarizace majetku a závazků a nakonec se zabývá i archivací dokladů [8].
- **Zákon o daních z příjmů (zák. č. 586/1992 Sb.)** je právním předpisem, který definuje poplatníka, předmět daně i způsoby úprav základu daně. Jedná se o právní předpis obsahující úpravu daně z příjmů fyzických i právnických osob [9].
- **Zákon o dani z přidané hodnoty (zák. č. 235/2004 Sb.)** se zabývá daní, která se uplatňuje na zboží, nemovitosti a služby za podmínek stanovených tímto zákonem [10].
- **Zákoník práce (zák. č. 262/2006 Sb.)** upravuje právní vztahy vznikající při výkonu práce mezi zaměstnanci a zaměstnavateli. Věnuje se i bezpečnosti a ochraně zdraví při práci a péči o zaměstnance [11].

- **Zákon o ochraně osobních údajů (zák. č. 101/2000 Sb.)** upravuje práva a povinnosti při zpracování osobních údajů. Veškeré informace a osobní data poskytnutá zákazníkem musí být využita výhradně k jeho identifikaci v obchodním styku [12].

Znalost právních předpisů je důležitá nejen v začátcích podnikání při volbě a založení vhodné právní formy podnikání ale i pro samotný běh podniku. Podnikatel musí zůstat v obraze – musí sledovat úpravy a změny v právních předpisech, musí znát svá práva a povinnosti vyplývající z právních předpisů.

U obchodu 4RIDERS, který se bude zabývat internetovým prodejem, je znalost právních předpisů nezbytná ještě před začátkem spuštění internetového obchodu a případným prodejem. Prodej totiž nelze uskutečnit bez sepsání obchodních podmínek podle platných právních norem. Obchodní podmínky platné pro nákup zboží v internetovém obchodě 4RIDERS – viz Příloha A. V podmínkách jsou obsaženy všechny potřebné informace k uskutečnění prodeje prostřednictvím internetového obchodu.

Dále musí internetové obchody věnovat zvláštní pozornost často opomíjenému zákonu o ochraně osobních údajů. Dnem 1. prosince 2000 nabyla účinnosti oznamovací povinnost, tedy registrace toho, kdo hodlá zpracovávat osobní údaje. Zákon o ochraně osobních údajů stanovuje, jaké subjekty se musí registrovat k oznamovací povinnosti. Oznamovací povinnost se podle § 16 odst. 1 zákona vztahuje výlučně na správce osobních údajů. Oznamovací povinnosti nepodléhají zpracovatelé, ani jiné osoby, které se na zpracování podílejí. Oznámení o zpracování musí správce učinit ještě před zahájením samotného zpracování. Definice správce a zpracovatele osobních údajů lze najít v § 4 písm. j), respektive k) zákona č. 101/2000 Sb. Na porušení zákona může poškozená osoba podat stížnost k Úřadu pro ochranu osobních údajů, pokuty se u právnických osob pohybují řádově v milionech korun [12; 13].

Internetový obchod 4RIDERS zpracovává údaje svých zákazníků jako zpracovatel v takové míře, která nepodléhá oznamovací povinnosti. I tak se obchod musí řídit zák. č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů. Veškeré informace a osobní data poskytnutá zákazníkem obchod využije výhradně k identifikaci zákazníka v obchodním styku. V žádném případě nebudou osobní data zákazníka poskytnuta třetím stranám vyjma údajů nutných k zpracování a doručení objednávky.

3 Přehled a porovnání právních forem podnikání

Před samotným začátkem podnikání musí podnikatel učinit velmi významné rozhodnutí – zvolit vhodnou právní formu podniku. Zvolení právní formy podnikání by si měl podnikatel důkladně promyslet, jelikož i podle toho bude na podnik nahlíženo. Právní forma podniku „dává světu signál o rozměru podnikatelských aktivit“ [2]. Tato volba samozřejmě není nezvratná. Pozdější transformace jedné právní formy na druhou je však spjata s určitými zbytečnými náklady a komplikacemi, kterých je možné se vyvarovat, pokud se volbě věnuje dostatečná pozornost.

Je několik právních forem, ze kterých si potenciální podnikatel může vybrat tu nejvhodnější. Může začít podnikat jako fyzická nebo právnická osoba. Obě varianty mají své výhody i nevýhody. Záleží především na činnosti podnikání. Je doporučováno sestavit si seznam kritérií, které by měla právní forma splňovat.

Při výběru formy podnikání tohoto podniku je nutné především zohlednit skutečnosti, že podnikatel je rozhodnut podnikat samostatně. Výběr vhodné formy podnikání se tak zúžil na podnikání fyzické osoby na základě živnostenského oprávnění nebo prostřednictvím společnosti s ručením omezeným. V následujících kapitolách tedy bude věnována pozornost pouze těmto dvěma formám. Ostatní formy budou zmíněny pouze jmenovitě.

3.1 Podnikání fyzických osob

Podnikání fyzických osob je obvykle menšího rozsahu. K podnikání potřebuje fyzická osoba získat živnostenské či jiné oprávnění k provozování podnikatelské činnosti.

3.1.1 Živnost

Podle živnostenského zákona, § 5 je živnost definována jako soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem. Žadatel o živnostenské oprávnění musí splňovat řadu podmínek vyplívajících ze zákona. Dle živnostenského zákona dělíme živnosti na ohlašovací a koncesované [7].

Výhody:

- Nulový počáteční kapitál.
- Jedná se o nejméně náročnou formu podnikání z hlediska administrativní náročnosti.
- Míra právní regulace je minimální.
- Podnikatel si může vybrat mezi vedením podvojného účetnictví či daňové evidence.
- V případě daňové evidenci si živnostník může uplatnit výdaje formu paušální částky a nemusí tak vést výdajové doklady.
- Živnostník může svoji činnost zahájit ihned po ohlášení živnosti, nejedná-li se o činnost, která vyžaduje koncesi či zvláštní povolení.

Nevýhody:

- Hlavní nevýhodou je neomezené ručení za dluhy podniku, z čehož pramení značný tlak na podnikatele potažmo celou jeho rodinu.
- Mezi další nevýhody patří nedostatečná důvěryhodnost této formy podnikání, obtížný přístup k cizímu kapitálu.
- V neposlední řadě je nevýhodou i omezená životnost podniku daná délkou života majitele [3].

3.2 Podnikání právnických osob

V případě podnikání jako právnická osoba se musí počítat s tím, že zahájení podnikatelské činnosti bude administrativně náročnější a možná bude nutný počáteční kapitál.

Právnické osoby jsou dle obchodního zákoníku definované jako osobní či kapitálové společnosti nebo družstva.

U osobní společnosti se předpokládá, že se bude podnikatel osobně účastnit na řízení společnosti. Dalším znakem je pak neomezené ručení společníků za závazky společnosti. Pod osobní společností spadá:

- veřejná obchodní společnost (v.o.s.),
- komanditní společnost (k.s.).

U kapitálové společnosti mají společníci či zakladatelé povinnost pouze vnést vklad. Ručení za závazky společnosti je omezené nebo neručí. Do kapitálových společností patří:

- Společnost s ručením omezením (s.r.o),
- Akciová společnost (a.s.).

Nejméně častou právní formou podnikání je pak družstvo.

3.3.3 Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)

Společnost s ručením omezeným je nejrozšířenější formou podnikání právnických osob v ČR. Jedná se o nejmladší právní formu obchodní společnosti. Řadíme ji mezi kapitálové společnosti.

Společnost s ručením omezeným může založit i jedna osoba. Mohou ji založit jak osoby fyzické, tak právnické. Jedna fyzická osoba může být jediným společníkem nejvýše tří společností s ručením omezeným. Společnost založená jednou osobou nemůže být jediným zakladatelem nebo jediným společníkem jiné společnosti. Maximální počet společníků společnosti s ručením je stanoven na 50 osob.

Minimálně výše základního kapitálu činí 200 000 Kč. Nejnižší vklad jednoho společníka je 20 000 Kč.

Společnost odpovídá za porušení svých závazků celým svým majetkem. Společníci ručí společně a nerozdílně za závazky společnosti do výše svých nesplacených vkladů. Zápisem o splacení všech vkladů v Obchodním rejstříku ručení společníků zaniká.

Společnost s ručením omezeným je povinna vytvořit rezervní fond. Dobu jeho tvorby a jeho výši určuje společenská smlouva.

Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, jejímž členem je každý společník. Statutárním orgánem společnosti jsou jednatelé, kteří jsou jmenováni valnou hromadou.

Název společnosti musí obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, postačí i zkratka „spol. s r.o.“ nebo jen „s.r.o.“.

Výhody:

- Omezené ručení společníku do výše nesplacených vkladů.
- Vklad lze splatit v době pěti let, pokud je splaceno 30% každého vkladu, v úhrnné výši minimálně 100 000 Kč.
- Společnost může být založena jednou osobou.
- Zákaz konkurence platí pouze pro jednatele, lze ho v případě potřeby rozšířit i na společníky.
- Pro přijetí velké části rozhodnutí není zapotřebí souhlas všech společníků.
- Vyplácené podíly na zisku společníkům formou fyzických osob nepodléhají pojistnému sociálnímu pojištění [14].

Nevýhody:

- Nutnost počátečního kapitálu.
- Administrativně náročnější založení společnosti.
- Zisk zdaněn daní z příjmů právnických osob, podíly společníkům jsou dále zdaněny srážkovou daní.

3.3 Kritéria volby právní formy podnikání

Existuje celá řada kritérií. Některá jsou všeobecná, jiná jsou zaměřená na konkrétní druh činnosti, které se podnik věnuje. Při volbě právní formy podnikání je vhodné vždy vycházet z více relevantních kritérií.

Při volbě se především zvažuje:

- 1. Počet zakladatelů** – zda bude podnikatel sám nebo bude mít společníky.
- 2. Nároky na počáteční kapitál** – některé právní formy mají ze zákona stanovenou minimální výši počátečního kapitálu.
- 3. Způsob a rozsah ručení** za závazky vzniklé podnikatelskou činností významně určuje podnikatelské riziko. Právní úprava dělí ručení na dvě varianty, a to na omezené ručení, kde podnikatel ručí jen do výše nesplacených vkladů (např. s.r.o.) a neomezené ručení, kde podnikatel ručí za závazky podniku celým svým majetkem (např. v.o.s., k.s., živnost).
- 4. Administrativní náročnost** založení podniku je závislá na vybrané právní formě. Stejně tak výdaje se založením spojené jsou u každé formy jiné. Nejnáročnější i s nejvyššími počátečními výdaji je založení akciové společnosti, které provází celá

- řada administrativních kroků. Nejsnazší i nejlevnější je zřízení živnostenského oprávnění.
5. **Míra právní regulace** – zda podnik musí vést účetnictví, má povinnost auditu, musí zveřejňovat výsledky hospodaření a další. Nejvyšší míra právní regulace je u akciových společností, nejmenší u živnostníků.
 6. **Oprávnění k řízení** – kdo společnost povede, kdo ji bude zastupovat navenek. S tímto souvisí i vytváření orgánů společnosti, které je u jednotlivých forem podnikání upraveno zákonem.
 7. **Rozsah plánovaných podnikatelských aktivit** – pokud je podnikání myšleno pouze jako přivýdělek, je zbytečné podnikat jako právnická osoba.
 8. **Daňové zatížení** – u obchodních společností podléhá zisk dvojitmu zdanění, poprvé dani z příjmů právnických osob, poté srážkové dani u jednotlivých společníků.
 9. **Účast na zisku nebo ztrátě.**
 10. **Finanční možnosti**, jedná se zvláště o přístup k cizím zdrojům.

3.4 Podnikatelský nápad a výběr formy podnikání

Podnikatelský nápad vychází ze zjištění, že na trhu převyšuje poptávka nad nabídkou především po doplňcích zimního sportovního vybavení, dále pak po, u nás ne zcela známém, sportovním trenažéru Indo Board a po, v současné době moderních, longboardech a doplňcích pro tento sport. Bylo vybráno několik žádaných kategorií zboží a kontaktovány jednotliví výrobci či distribuce ohledně podmínek prodeje. Bylo vytvořeno portfolio značek a kategorií zboží, které obchod plánuje nabízet.

Na následujících řádcích bude srovnáno podnikání prostřednictvím s.r.o. a živnosti dle relevantních kritérií pro potenciální podnik.

1) Nároky na počáteční kapitál

U živnosti není nutný počáteční kapitál. U s.r.o. je základní kapitál stanoven minimálním vkladem 200 000 Kč.

Toto kritérium není pro podnik rozhodující, jelikož je plánováno investovat více než případných 200 000 Kč.

2) Způsob a rozsah ručení

Živnostník ručí při úpadku podniku neomezeně celým svým majetkem. Společník s.r.o. ručí jen do výše nesplacených vkladů.

Toto kritérium nyní není pro podnik rozhodující, jelikož jednatel neplánuje využití cizího kapitálu v prvních letech podnikání. Omezené ručení společnosti však může být výhodou v budoucnu.

3) Administrativní náročnost

Založení a provoz živnosti patří k nejméně administrativně náročným formám podnikání. Založení s.r.o. je časově mnohonásobně náročnější než založení živnosti, taktéž správa je obtížnější.

Podnikatel se orientuje v problematice založení s.r.o. a je obrněn trpělivostí.

4) Míra právní regulace

Nejmenší právní regulace je u živnosti. Živnostník si může vybrat mezi vedením daňové evidence či podvojného účetnictví. Míra právní regulace je u s.r.o. nesporně vyšší.

Vedení daňové evidence u živnosti je velkou výhodou pro začínající podnik.

5) Oprávnění k řízení

Za živnost může jednat pouze OSVČ. Za společnost s ručením omezeným může jednat kterýkoliv jednatel, je proto flexibilnější.

6) Rozsah plánovaných podnikatelských aktivit

Živnost je určena spíše pro podnikání menšího rozsahu nebo přivýdělků. Společnost předurčuje k větším podnikatelským aktivitám.

Potenciální podnik by měl být v budoucnu rozšířen a společnost se proto jeví jako vhodnější.

7) Daňové zatížení

Daňové zatížení fyzických osob je v současné době nižší než právnických. U společností podléhá zisk dvojímu zdanění, nejdříve dani z příjmů právnických osob, poté srážkové dani u jednotlivých společníků. Společnost však může využít mnohých daňových optimalizačních výhod.

8) Finanční možnosti

Živnostníci mají obecně horší přístup k cizím zdrojům než obchodní společnosti. Toto kritérium není v tuto chvíli pro podnik rozhodující, jelikož jednatel neplánuje využití cizího kapitálu v prvních letech podnikání. Do budoucna však může být výhodou.

9) Prestiž formy podnikání

Na společnost je všeobecně nahlíženo lépe než na živnost, budí větší prestiž a důvěru. Obchodní partneři pak raději jednají s živnostníky, především kvůli ručení.

Tabulka 3.1 Srovnání podnikání prostřednictvím s.r.o. a živnosti

| | s.r.o. | Živnost |
|--|--------|---------|
| Nároky na počáteční kapitál | X | X |
| Rozsah ručení | X | |
| Administrativní náročnost | | X |
| Míra právní regulace | | X |
| Oprávnění k řízení | X | |
| Rozsah plánovaných podnikatelských aktivit | X | |
| Daňové zatížení | | X |
| Finanční možnosti | X | |
| Prestiž formy podnikání | X | |

Pramen: vlastní

Na základě předpokladů definovaných v této kapitole bylo provedeno srovnání společnosti s ručením omezeným a živnosti, zda a v jakém rozsahu splňují či nesplňují zadané předpoklady.

Z uvedených forem podnikání vychází pro podniků lépe společnost s ručením omezeným. V následujících kapitolách budou popsány kroky vedoucí k založení a vzniku této formy podnikání.

4 Vymezení založení společnosti s ručením omezeným

Před samotným založením společnosti s ručením omezeným je vhodné si prostudovat náležitou legislativu a ujasnit si, které údaje jsou nutné pro založení a vznik společnosti. Legislativě vztahující se k společnosti provozující internetový prodej je věnována kapitola 2.2. Prostudováním právních předpisů umožní podnikateli být lépe připraven a proces založení společnosti zvládnout s co nejmenšími komplikacemi a v co nejkratším čase.

4.1 Sepsání zakladatelské listiny

Založení společnosti s ručením omezeným začíná sepsáním a podpisem společenské smlouvy, v případě dvou a více společníků, nebo sepsáním zakladatelské listiny, v případě, že společnost zakládá pouze jeden zakladatel. Dokument musí mít formu notářského zápisu, musí být tedy sepsán kterýmkoli notářem. K sepsání je nutná přítomnost zakládající osob.

Společnost 4RIDERS bude zakládat jeden zakladatel, bude tedy sepisovat zakladatelskou listinu.

Podle § 110 obchodního zákoníku musí každá společenská smlouva, či zakladatelská listina obsahovat alespoň následující informace:

- „firmu a sídlo společnosti;
- určení společníků uvedením firmy nebo názvu a sídla právnické osoby nebo jména a bydliště fyzické osoby;
- předmět podnikání (činnosti);
- výši základního kapitálu a výši vkladu každého společníka včetně způsobu a lhůty splácení vkladu;
- jména a bydliště prvních jednatelů společnosti a způsob, jakým jednají jménem společnosti;
- určení správce vkladu (stává se jím jediný společník);
- jiné údaje, pokud je obchodní zákoník vyžaduje" [1].

Notářský zápis samozřejmě není zadarmo. Odměna notáře je stanovena vyhláškou Ministerstva spravedlnosti České republiky č. 196/2001 Sb., o odměnách a náhradách notářů a správců dědictví. Výše odměny se stanoví podle sazby odměny za úkon nebo

úhrn úkonů notářské činnosti určené pevnou částkou nebo procentuálně z tarifní hodnoty.

Za sepsání notářského zápisu o právním úkonu, včetně vydání jednoho stejnopisu notářského zápisu z prvních 100 000 Kč tarifní hodnoty 2,0%, z přebývajících částky až do 500 000 Kč tarifní hodnoty 1,2%. Ceny jsou uvedeny bez 20% DPH [15].

Společnost se základním kapitálem 200 000 Kč tedy notáři za sepsání společenské smlouvy v jednom stejnopisu zaplatí:

$100\,000 * 0,02 + 100\,000 * 0,012 = 3\,200 \text{ Kč} + 640 \text{ Kč DPH}$. Sepsanou smlouvu je dále nutné mít alespoň ve třech opisech. Za ověření shody opisu nebo kopie s listinou, za každou i jen započatou stranu listiny, jejíž opis nebo kopie se ověřuje, si notář účtuje 30 Kč. Celkové náklady na sepsání společenské smlouvy u notáře tak vyjdou na přibližně 6 000 Kč [15].

4.2 Prohlášení správce vkladu, vklad základního kapitálu

Ve společenské smlouvě či zakladatelské listině je určen správce vkladu, výše základního kapitálu a také způsob složení vkladů společníků. Pokud společnost zakládá jediná osoba, musí být při zápisu splacen základní kapitál v plné výši.

„Před vznikem společnosti spravuje splacené vklady nebo jejich části zakladatel pověřený tím ve společenské nebo zakladatelské smlouvě. Správou peněžitého vkladu může být též pověřena banka, i když není zakladatelem. Vlastnické právo ke vkladům nebo jejich částem splaceným před vznikem společnosti, popřípadě jiná práva k těmto vkladům přecházejí na společnost dnem jejího vzniku“ [1].

Pravděpodobně nejsnazší způsob je složení vkladů na nově zřízený bankovní účet na jméno správce vkladů. Banka po předložení společenské smlouvy nebo zakladatelské listiny vydá potvrzení o složení vkladů, které je potřebné pro zápis do obchodního rejstříku [5].

Při hledání vhodného bankovního účtu jsou, pro společnost provozující internetový obchod, důležité především následující požadavky:

- Vedení účtu zdarma.
- Příchozí platby zdarma. (Na účet internetového obchodu budou denně přicházet desítky plateb)

- Nízké poplatky za odchozí platby. (Obchod bude platit mnoho faktur, dále vracet peníze za vrácené zboží, reklamace apod.)
- Nízké sazby v případě zahraničního platební styku - SWIFT platby. (Společnost plánuje nakupovat přímo od výrobců, kteří většinou sídlí v zahraničí)
- Vedení platební karty zdarma.
- Nízké poplatky za vybrání z bankomatu. (Obchodní partneři dnes většinou vyžadují platbu v hotovosti, či na dobírku – je nutné mít tedy dobrý přístup k hotovosti)

Po průzkumu produktů několika bankovních domů byl vzhledem k požadavkům společnosti vybrán bankovní účet mBUSINESS Konto nabízený bankou mBank (BRE Bank S.A.).

K hlavním výhodám tohoto účtu patří [16]:

- Založení a vedení účtu je zdarma.
- Platby mezi účty mBank jsou provedeny okamžitě.
- Všechny příchozí platby jsou zdarma.
- Odchozí platby v rámci mBank jsou zdarma.
- Odchozí platby do ostatních bank jsou pouze za 3 Kč.
- Odchozí zahraniční platby: 0,5% z částky převodu, min 220 Kč, max 840 Kč.
- Vedení platební karty je zdarma.
- Výběr hotovosti ze všech bankomatů v ČR, 3 výběry měsíčně / každý 9 Kč, 4. a každý další výběr / 35 Kč
- Možnost sdílení účtu s více osobami.
- Internetové bankovníctví má vysoké zabezpečení, jednoduché a intuitivní ovládání.
- Služba mPeníze (okamžitý transfer peněz od zákazníka na účet obchodu, jednoduchá implementace systému do internetového obchodu).

Správce vkladu u zakladatelské společnosti byl určen zakladatel Miloslav Sirový. Základní kapitál byl stanoven na 200 000 Kč. Vklad byl splacen najednou na nově zřízený bankovní účet.

4.3 Získání živnostenských oprávnění

Právnícké a fyzické osoby mohou podnikat pouze na základě oprávnění nebo registrace vydaného živnostenským úřadem, profesní komorou či jiným zákonem pověřeným orgánem. Podnikání na základě živnostenského oprávnění patří k nejčastějším v ČR. Živnostenské oprávnění vydává živnostenský úřad.

4.3.1 Právní úprava živnostenského podnikání

Živnostenský zákon dělí živnosti na ohlašovací a koncesované. Aby mohl živnostenský úřad vydat živnostenské oprávnění, musí žadatel splňovat všeobecné podmínky pro provozování živnosti v případě živností ohlašovacích, pokud má žadatel zájem o činnosti, které spadají do živností koncesovaných, bude muset splnit i zvláštní podmínky provozování živnosti. Koncesované živnosti smějí být provozovány pouze na základě koncese.

Živnosti ohlašovací jsou děleny na řemeslné, vázané a volné. Vymezením řemeslných živností se zabývá živnostenský zákon v příloze číslo 1. Zapotřebí je odborná způsobilost, získaná vyučením v oboru nebo jiným odborným vzděláváním a vykonáním praxe v oboru, která je odstupňována dle úrovně dosaženého vzdělání. Vymezením vázaných živností se zabývá příloha číslo 2. Provozování vázané živnosti je podmíněno odbornou kvalifikací. Vymezením volných živností se zabývá příloha číslo 4 živnostenského zákona. V případě volné živnosti není nutné prokazování odborné ani jiné způsobilosti. Žadatel musí splnit pouze všeobecné podmínky stanovené živnostenským zákonem [7].

Koncesované živnosti jsou vymezeny v příloze číslo 3 živnostenského zákona [7].

Zákon o živnostenském podnikání č. 455/1991 Sb. specifikuje všeobecné podmínky provozování živnosti jako [7]:

- dosažení 18 let věku,
- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost,
- doklad o tom, že fyzická osoba nemá žádné závazky vůči finančním orgánům státu.

V případě, že o živnostenské oprávnění žádá právnická osoba, musí všeobecné podmínky, popř. i zvláštní podmínky, splnit její odpovědný zástupce.

4.3.2 Ohlášení živnosti

Ohlášení živnosti může jednatel uskutečnit na libovolném živnostenském úřadě v ČR. K tomu jednatel využije formuláře centrálního registračního místa (CRM), které jsou k dispozici jednak na internetových stránkách živnostenských úřadů, dále pak na jednotlivých úřadech.

Ohlášení se provádí pomocí jednotného registračního formuláře (JRF). Tento formulář spojuje několik formulářů v jeden. Prostřednictvím tohoto formuláře tak lze učinit na živnostenském úřadu podání i k dalším úřadům, a to finančnímu úřadu, příslušné správě sociálního zabezpečení, zdravotní pojišťovně a úřadu práce.

„Živnostenský úřad si opatří sám výpis rejstříku trestů jednatele, avšak bude vyžadovat již existující notářský zápis o založení společnosti, výpis z katastru nemovitostí a prokázání právního vztahu společnosti k jejímu sídlu, pokud nebude zapotřebí doplnit ještě další přílohy“ [6].

Za vydání živnostenského oprávnění se platí správní poplatky podle zákona č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích. Správní poplatek za ohlášení živnosti při vstupu do živnostenského podnikání činí 1 000 Kč. Poplatek za přijetí žádosti o koncesi při vstupu do živnostenského podnikání činí 1 000 Kč, za přijetí další žádosti o koncesi stojí 500 Kč. Jestliže je ohlášeno současně více živností nebo současně podáno více žádostí o koncesi, pak se poplatek platí vždy jen jednou, tedy jen za jednu živnost nebo koncesi.

Živnostenský úřad má povinnost provést zápis do živnostenského rejstříku do 5 dnů ode dne doručení ohlášení, a vydat podnikateli výpis [6].

Živnostenské oprávnění společnosti vzniká dnem jejího zápisu do obchodního rejstříku. Není-li podán návrh na zápis do 90 dnů ode dne doručení výpisu, rozhodne živnostenský úřad o tom, že ohlašovatel podmínky pro vznik živnostenského oprávnění nesplnil.

Společnost 4RIDERS se hodlá zabývat maloobchodním prodejem, na které musí podnikatel získat živnostenské oprávnění. Jedná se o živnost volnou, číslo oboru 48, velkoobchod a maloobchod.

4.4 Zápis do obchodního rejstříku

Návrh na zápis do obchodního rejstříku musí být podán do 90 dnů od založení společnosti.

Před zápisem musí zakladatel doložit dokumentem oprávnění k využívání prostor a zřízení sídla společnosti na zvolené adrese. Tímto dokumentem je buď nájemní smlouva se souhlasem vlastníka prostor pro povolení k jejich užívání, nebo výpis z katastru nemovitostí v případě, že zakladatel je vlastníkem nemovitosti. Výpis z katastru nemovitostí vydá příslušný katastrální úřad.

Jednatel společnosti 4RIDERS uzavřel nájemní smlouvu o pronájmu skladovacích a kancelářských prostor v domě s vlastníkem Miloslavem Sirovým na adrese U Vlaštovičnicku 145, 381 01 Český Krumlov. Vlastník domu souhlasil s tím, aby uživatel uvedené skladovací a kancelářské prostory užíval pro své podnikání, a to na dobu neurčitou. Úplata za užívání skladových a kancelářských prostor včetně kompletního kancelářského vybavení činí 4 000 Kč měsíčně. Spotřeba energií je v ceně nájemného. Nájemné je splatné vždy k 1. dni aktuálního měsíce na účet pronajímatele.

Zápis do obchodního rejstříku se provádí pomocí formuláře. Poplatek za zápis do Obchodního rejstříku činí 5 000 Kč. Údaje v návrhu na zápis musí být doloženy listinami. Dále se musí přiložit společenská smlouva či zakladatelská listina, oprávnění k činnosti, potvrzení správce vkladu, v případě nepeněžitých vkladů posudek znalce, případně další listiny dokládající skutečnosti v návrhu na zápis dle § 27 obchodního zákoníku [17; 1].

Společnost bude zapsána do obchodního rejstříku do 5 dnů. Zapsáním společnosti do obchodního rejstříku je zřízeno identifikační číslo, kterým má povinnost se společnost prokazovat při výkonu podnikatelských aktivit.

Společnost vzniká zápisem do obchodního rejstříku, ale až s okamžikem vzniku, tj. rozhodnutím soudu o provedení zápisu, je oprávněna provozovat svoji činnost.

Po obdržení výpisu z obchodního rejstříku je nutné tuto skutečnost nahlásit na živnostenském úřadě. Ten společnosti vystaví nový výpis z živnostenského rejstříku, již s novým IČO.

4.5 Ohlašovací a registrační povinnosti

Společnost má povinnost se do 30 dní od zápisu do obchodního rejstříku registrovat u správce daně. Na příslušném finančním úřadu podá přihlášku:

- k dani jako poplatník daně z příjmů právnických osob.

Dále je možné podat přihlášky:

- k dani silniční – v případě využívání firemního vozidla,
- k dani příjmu jako plátcí, atd.

Finanční úřad je doporučováno navštívit osobně. Úředník FÚ zkontroluje formuláře i přílohy a případné nejasnosti lze vyřešit hned na místě. Existuje zpětná kontrola splnění těchto povinností a je zbytečné se vystavovat případnému postihu. Taktéž osvědčení o registraci je vydáno obvykle ihned a je tak zkrácena doba čekání a nejistoty z kladného vyřízení.

5 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán představuje stěžejní dokument podnikatele, který mu pomůže definovat cíle podnikatelské činnosti a způsoby jejich dosažení s minimálními riziky neúspěchu. Podnikatelský plán zvyšuje pravděpodobnost úspěšnosti podnikatelského záměru. Dobře promyšlený a zpracovaný podnikatelský plán je vhodný nástroj pro budoucí plánování a kontrolu plnění plánu.

„Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny vnější i vnitřní faktory, související se založením nového podniku“ [18 str. 108].

Podnikatelský plán je často přirovnáván k autoatlasu, který odpovídá na otázky: kde jsme nyní, kam chceme jít a jak se tam chceme dostat. Aby odpovědi na tyto otázky měly, co největší vypovídající hodnotu je nutné, aby podnikatelský plán byl především realistický a kvalitně zpracovaný [5].

Plán by měl nejlépe vypracovat sám podnikatel, jelikož ho to nutí systematicky a podrobně přemýšlet o budoucnosti podniku. To podnikatele přivede na nové nápady a myšlenky, nad kterými by se dříve nezamyslel nebo na ně nebral takový zřetel.

„ ...dobrý podnikatel nikdy neváhá modifikovat své plány, aby využil příležitosti... “ [19].

Při vypracování podnikatelského plánu musí brát podnikatel v potaz nejen to, co potřebuje a očekává od podnikatelského plánu on sám, ale i co potřebují a zajímá investory, banky a další uživatele. Plán by měl zaujmout nejen obsahem, ale i zpracováním, které vypovídá o autorovi – podnikateli.

Podnikatel by si při plánování měl klást otázky typu [19]:

- Je plán jednoduchý, ale zároveň srozumitelný?
- Je plán dostatečně přesný, ale naopak stručný?
- Jsou cíle konkrétní a měřitelné?
- Je plán realistický (splnitelný) a logický?
- Je plán kompletní a pravdivý?

Na první pohled se může zdát, že jsou některé požadavky až protichůdné, měly by být však v rovnováze.

6 Realizace konkrétního podnikatelského záměru

6.1 Popis společnosti

V této části podnikatelského plánu jsou uvedeny nezbytné údaje o společnosti (název a sídlo) a zakladateli (jméno, kontakt). Dále obsahuje charakteristiku podnikatelského plánu. Popis by měl obsahovat pouze relevantní fakta, která je možné doložit [18].

Obrázek 6.1 Logo společnosti 4RIDERS, s.r.o.



Pramen: vlastní

| | |
|-------------------|--|
| Obchodní firma: | 4RIDERS, s.r.o. |
| Sídlo: | U Vlaštovičnicku 145 381 01 Český Krumlov |
| Telefon: | 777 886 437 |
| Email: | info@4riders.cz |
| www: | www.4riders.cz |
| Obor podnikání: | velkoobchod a maloobchod |
| IČ: | 74661663 |
| DIČ: | CZ74661663 |
| Datum založení: | 1. 1. 2012 |
| Zakladatel: | Miloslav Sirový |
| Základní kapitál: | 200 000 Kč |

6.1.1 Předmět činnosti

Podnikatelský záměr společnosti 4RIDERS, s.r.o. vychází ze zjištění, že na trhu převyšuje poptávka nad nabídkou po specifickém sportovním vybavení.

Bylo vytvořeno portfolio značek a kategorií zboží, které obchod plánuje nabízet. Konkrétně se společnost bude zabývat internetovým prodejem převážně zimních sportovních doplňků, dále pak po - u nás ne zcela známém - sportovním trenažéru Indo Board a v současné době moderních longboardech a doplňcích pro tento sport. Aby byl zajištěn prodej během celého roku, a ne pouze během sezón, bude sortiment doplněn stylovými sportovními sluchátky. Společnosti rovněž plánuje provozovat servis lyží, snowboardů a běžeckých lyží.

6.1.2 Poslání, vize, cíle a strategie

Posláním společnosti 4RIDERS, s.r.o. je pokrytí poptávky na trhu po specifickém sportovním vybavení. Obchod chce uspokojovat potřeby zákazníků věnující se u nás ne zcela známým odvětvím sportu. Zakladatel sleduje zahraniční trendy v těchto disciplínách a pozoruje vzrůstající oblibu netradičních sportů i u nás. Se vzrůstající oblibou bude růst i poptávka po vybavení k provozování těchto aktivit. Zakladatel tak předpokládá zvyšující prodejnost tohoto vybavení a potažmo zisk.

Vize popisuje ideální budoucnost podniku, jaký stav podnikatel sám považuje za vítězství. Posláním společnosti by měla být základní myšlenka firmy, která ve stručnosti vyjadřuje důvod jejího působení na trhu, vztah k zákazníkovi, atd. Strategie určuje, kam bude podnik směřovat a jak toho dosáhne [6; 18].

Vizi nově vznikající společnosti zabývající se internetovým prodejem sportovního vybavení je vstoupit na trh a vybudovat si konkurenci schopné postavení mezi společnostmi v oboru v horizontu tří let. Za úspěšný stav považuje podnikatel vybudování stále klientely v počtu alespoň 500 zákazníků a příjem 1 000 objednávek ročně ve třetím roce podnikání. Snahou společnosti je dostat se do podvědomí zákazníků ojedinělým sortimentem a kvalitními službami a využít těchto zákazníků k získání dalších klientů. Vybudování stálé klientely je pro budoucnost obchodu významným motivem. Rovněž je nutné pokusit se přetáhnout co nejvíce zákazníků od konkurence, a to nejen nižší cenou, ale i prodejními a poprodejními službami.

Vize společnosti 4RIDERS, s.r.o. zní „*Stát se vyhledávaným internetovým obchodem se sportovním vybavením, který bude dosahovat průběžného zvětšování objemu objednávek se zvyšující se výnosností v souvislosti s vzrůstajícím počtem stálých zákazníků a tím trvale dosahovat finančního zisku do tří let*“.

Portfolio nabízených kategorií zboží společnosti 4RIDERS, s.r.o. není nijak zvlášť široké a ani to není cílem. V současnosti takový sortiment dostačuje pro pokrytí poptávky na trhu po nabízeném zboží. Každá skupina zboží má svou specifickou klientelu, na čemž staví společnost 4RIDERS, s.r.o. svoji strategii. Tato strategie spočívá ve vyplnění mezer na trhu svojí ojedinělou nabídkou zboží.

Vyjasněním poslání společnosti se vytváří předpoklady pro stanovení strategických podnikových cílů, které budou společnosti sloužit jako nástroj kontroly definovaných ukazatelů a rovněž dosažených a plánovaných cílů.

Mezi hlavní dlouhodobé cíle patří uspokojování zákaznických potřeb, tedy orientace na zákazníka, udržování dobrých kontaktů se stávajícími zákazníky a získávání nových. Plněním hlavních cílů získává společnost dobrou image [20].

„Obchod již nespočívá v nalézání zákazníků pro existující produkty, ale v nalézání produktů pro existující zákazníky“ [3 str. 125].

Tabulka 6.1 Strategické cíle společnosti 4RIDERS, s.r.o.

| | |
|-----------------|--|
| Finanční cíle | První rok podnikání přijmout alespoň 400 objednávek, druhý rok přijmout alespoň 700 objednávek, třetí rok přijmout alespoň 1 000 objednávek. |
| | Dosáhnout meziročního růstu tržeb o 20-25%. |
| | Dosáhnout finanční stability. |
| Zákaznické cíle | Dosáhnout meziročního růstu nových zákazníků o 30%. |
| | Vytvořit a udržet klientelu. Ve třetím roce alespoň 500 stálých zákazníků. |
| | Přetáhnout zákazníky konkurence zajímavějšími nabídkami. |
| Sociální cíle | Vytvořit vhodné zázemí společnosti. |
| | Zajistit pevnou pozici společnosti na trhu. |
| | Poskytování zaměstnaneckých výhod. |

| | |
|----------------------|---|
| Motivace, vzdělávání | Zvyšování kvalifikace a dovedností zaměstnanců v oblasti administrace internetového obchodu, organizace práce a komunikace s lidmi. |
| | Podporovat týmovou práci, každý je zastupitelný. |
| | Podpora seberealizace, kvalifikační a kariérní růst. |

Pramen: vlastní

6.1.3 Výběr názvu společnosti

Název společnosti je zvláště pro obchodní účely velmi důležitý a není radno jeho výběr podceňovat. Měl by především vyjadřovat, čím se společnost bude zabývat.

Podle § 10 obchodního zákoníku nesmí být název společnosti zaměnitelný s firmou jiného podnikatele nebo působit klamavě. Při posuzování není rozhodující úplné doslovné znění, ale jak zaměnitelně působí název na potenciálního zákazníka [1].

Zda je námi požadovaný název společnosti k dispozici je možné ověřit online na portálu www.justice.cz. Je vhodné zkontrolovat i existenci společností s podobným názvem zadáním prvních několika písmen názvu společnosti do vyhledávání.

Název společnosti 4RIDERS byl vybírán se reprezentativní skupinou lidí, kteří by se mohli stát zákazníky obchodu. Reprezentanti se věnují rozmanitým sportům a pod tímto názvem si představí vše, čím se obchod plánuje zabývat.

Požadavky na název byly:

- Vyjadřující, čím se obchod zabývá.
- Snadno zapamatovatelný.
- Úderný.
- Moderní.

Název 4RIDERS byl ověřen na stránkách justice. Je volný a není zaměnitelný s firmou jiného podnikatele ani nepůsobí klamavě.

Jelikož se společnost bude zabývat internetovým prodejem, bylo nezbytné ověřit, zda je rovněž doména 4riders.cz volná. Po ověření zakladatel ihned provedl blokaci domény. K tomu využil služby doménového centra forpsi.cz, s nímž už má zakladatel zkušenosti z předchozího podnikání. K provozování internetového obchodu je rovněž nezbytný webhosting. Po průzkumu trhu a poradě s odborníkem se zakladatel rozhodl využít

nabídky SuperBalíček NORMAL od forpsi.cz, který zahrnuje jak hostingový základ, tak i registraci vlastní .cz domény za výhodnou cenu pro stávající zákazníky. Kompletní balíček stojí 2 500 Kč bez DPH, 3 000 Kč s DPH na rok [21].

6.2 Analýza okolí podniku

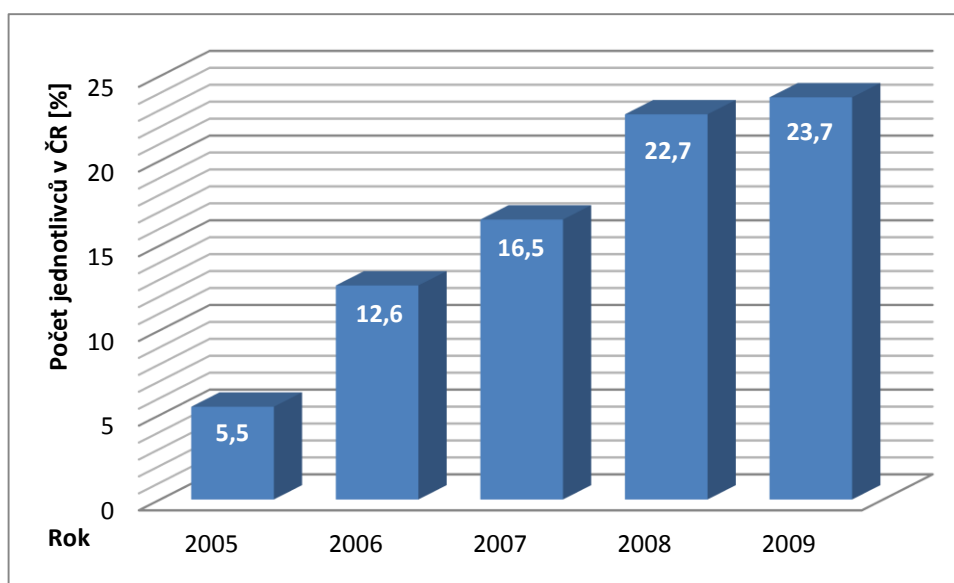
Nejdůležitější částí této kapitoly je analýza konkurenčního prostředí. Rovněž je vhodné zde rozebrat trendy a vyhlídky daného odvětví. Kapitola by se měla zabývat otázkami typu, kdo bude naším zákazníkem nebo jaký je náš cílový trh [18].

6.2.1 Tržní situace

Na českém trhu existuje již celá řada obchodů nabízející zboží sportovního charakteru. V současné době jsou kamenné prodejny s tímto zbožím na ústupu. Tyto prodejny nestíhají konkurovat internetovým obchodům, které mají několik výhod. Hlavní výhodou internetových obchodů jsou nesrovnatelně nižší provozní náklady oproti kamenným prodejnám. Právě tato fixní položka výdajů je často pro kamenné prodejny šibeniční a proto v současné době tolik těchto prodejen krachuje, případně se přeorientovávají na internetový prodej.

Dalším faktorem je vzrůstající obliba lidí nakupovat elektronicky. Tuto tendenci dokazuje výběrové šetření ohledně nákupu přes internet pro soukromé účely prováděné Českým statistickým úřadem.

Obrázek 6.2 Nákupy přes internet pro soukromé účely v ČR v letech 2005-2009

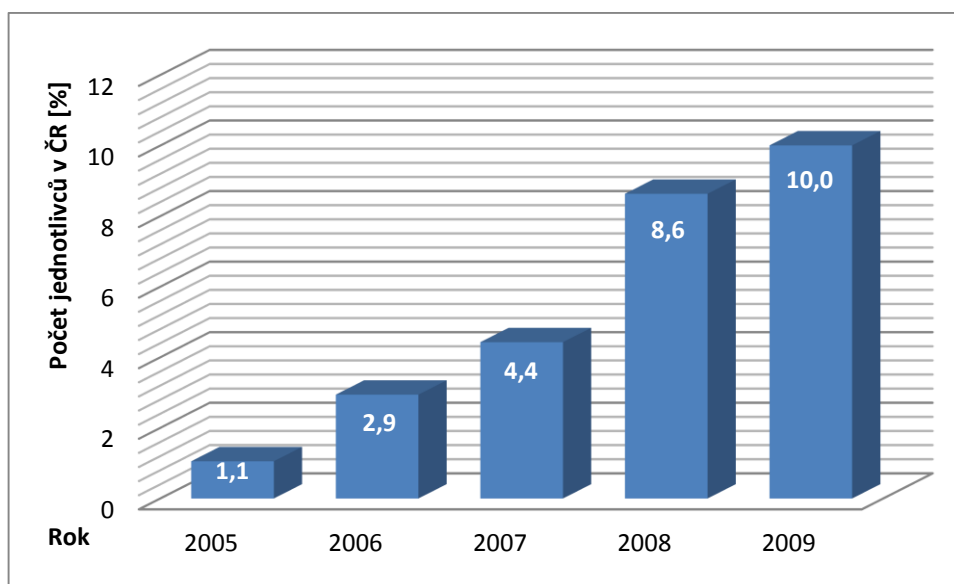


Pramen: [22]

Z uvedeného grafu vyplývá, že vzrůstá počet lidí nakupujících přes internet. Pro nově vznikající společnost je tedy rozhodnutí provozovat internetový obchod namísto kamenného správné.

Následující graf zobrazuje zvyšující se počet lidí, kteří přes internet objednávají oblečení a sportovní potřeby.

Obrázek 6.3 Oblečení a sportovní potřeby objednané přes internet pro soukromé účely v ČR v letech 2005-2009



Pramen: [22]

Oba grafy jsou zpracované v letech 2005 až 2009. Z uvedeného vývoje se však dá usuzovat, že vzrůstající počet lidí nakupujících přes internet a počet lidí nakupujících oblečení a sportovní potřeby na internetu bude nadále stoupat. Oba trendy jsou příznivé pro zakládající společnost. Budoucí vývoj odvětví je příznivý pro založení nové společnosti.

6.2.2 Obecné informace o oboru podnikání

Internetových obchodů, které nabízejí sportovní potřeby je spousta. Nicméně hodně těchto firem nesleduje nové trendy v odvětví, neinovuje a nespécializuje tak svoji nabídku pro zákazníky, kteří chtějí poslední technické a módní výstřelky. Případně tyto obchody považují za riskantní se hlouběji zaměřit na konkrétní kategorii zboží. Většina z těchto obchodů pouze pasivně kopíruje nabídku jiných obchodů, které jsou na tom obdobně. Tyto obchody pak nabízejí pouze základní vybavení k provozování sportu,

kterému často ani hlouběji nerozumí. Jejich nabídka je tak zaměřena pouze na širokou veřejnost. Zákazník, který chce už pokročilejší vybavení, se často musí obracet na zahraniční obchody či poptat obchody v ČR, zda by žádané zboží neobjednaly a čekat tak delší dodací lhůtu.

6.2.3 Analýza umístění

Lokalizace provozovny internetového obchodu není tak důležitá jako u obchodu kamenného. Společnost 4RIDERS, s.r.o. sice nabízí osobní odběr objednávek na adrese sídla společnosti, tato možnost je však brána pouze jako doplňující služba pro zákazníky z blízkého okolí. Stěžejní prodej je realizován prostřednictvím zásilkových služeb České pošty a PPL. Z tohoto hlediska je důležitý především dobrý přístup ze skladu k nakládacímu místu, kde balíky vyzvedává přepravce (krátká vzdálenost, vyhovující prostory pro nakládku balíků). Tento předpoklad společnost splňuje na jedničku. Sklad je umístěn tři metry od nakládacího místa a prostory jsou dostatečně velké pro manipulaci se zásilkami. Rovněž průchozí vrata jsou dostatečně široká a je tak možné dobře přenášet i objemnější zásilky. Z tohoto hlediska je tedy umístění podniku vyhovující.

6.2.4 Analýza konkurence

Společnost provedla průzkum konkurence na základě shody nabízeného sortimentu. Za hlavní kategorie sortimentu brala společnost následující:

- Indo Boardy - sportovní trenážér určený ke cvičení rovnováhy potřebné pro všechny board sporty jako snowboarding, skateboarding, surfing, wakeboarding, ale také pro řadu dalších sportů, které vyžadují hbitost, rovnováhu a přirozenou koordinaci.
- Longboardy - většinou 1 m dlouhý skateboard. Obchod 4RIDERS plánuje nabízet kvalitní longboardy značek Custom Boards a Riviera.
- Servisní vybavení – slouží k údržbě a opravám snowboardů a lyží. Jedná se např. o žehličky, vosky, škrabky, brousky hran, kapesní nářadí, zámky, tkaničky, impregnace a náhradní díly. Obchod 4RIDERS se po průzkumu trhu rozhodl nabízet servisní příslušenství od výrobce Toko.

- Sportovní sluchátka – sluchátka odolná vůči vlivům počasí, pádu, uzpůsobená k nošení během sportovních aktivit. Zakladatel obchodu 4RIDERS se po průzkumu trhu a osobních zkušenostech rozhodl pro značku Skullcandy.

Bylo zjištěno, že zakládající společnost má na trhu jediného konkurenta, který nabízí podobnou kombinaci kategorií zboží. Tímto konkurentem je společnost SNOWBOARD ZEZULA s.r.o..

SNOWBOARD ZEZULA s.r.o.

Adresa sídla: Hudcova 309/2a, 621 00 Brno

Snowboard Zezula je specializovaný prodejce snowboardového vybavení a doplňků. Od roku 1996 provozuje prodejnu v Brně a už desátou sezónu internetový obchod www.snowboard-zezula.cz. Provozuje rovněž půjčovnu a servis snowboardového vybavení.

Nabízí široký sortiment snowboardového vybavení. Svým zastoupením značek a modelů se specializuje se na všechny skupiny snowboardistů.

Snowboard Zezula je distributorem značek Flow, Gravity, Bern, Infinite, NXTZ a Amplifi pro Českou a Slovenskou republiku.

Společnost získala certifikát "Ověřeno zákazníky" od nezávislého nákupního rádce Heuréka.cz za dlouhodobé kladné hodnocení služeb internetového obchodu, dále 2. místo v soutěži internetových obchodů ShopRoku v kategorii Sport v roce 2011.

Otevírací doba: Pondělí až pátek 10-18 h, sobota 10-17h. Informační servis obchodu funguje v době otevírací doby.

Z hlediska sortimentu má obchod Snowboard Zezula zajisté širší záběr. Právě z toho ale pramení nezacílení na konkrétní druh zboží. Portfolio nabízených kategorií zboží společnosti 4RIDERS, s.r.o. není tak široké a ani to není cílem. V současnosti takový sortiment dostačuje pro pokrytí mezer na trhu. Naopak v uvedených kategoriích (Indo Boardy, longboardy, servisní vybavení, sportovní sluchátka), které obchod 4RIDERS hodlá nabízet, má obchod výrazně navrch. Disponuje širším výběrem modelů a kompletním nabídkou výrobců. Další výhodou jsou vlastní popisky (respektující informace dané výrobcem), produktové fotografie a videa u většiny nabízeného zboží.

Otevírací doba je vzhledem k umístění sídla provozovny do místa bydliště zakladatele pružná. Informační servis na telefonu a emailu je non-stop.

Na základě zjištění došel podnik k závěru, že je schopen účinně vstoupit do konkurenčního boje v několika segmentech trhu. V těchto segmentech buď konkurence ztrácí, či nevyužívá potenciál trhu.

6.2.5 Vnitřní analýzy

Interní analýza má pouze teoretický charakter, jelikož zakladatel zakládá zcela nový podnik a nemá tak k dispozici konkrétní údaje.

Analýzu produktu lze najít v kapitole 6.3.1 Marketingový mix – Produkt. Tato analýza odpovídá např. na otázku: Proč si zákazníci budou kupovat produkt od nás a nikoliv od naší konkurence [19]?

Od vzniku společnosti podnikatel dbá na efektivní marketing. Marketingový plán je detailně popsán v kapitole 6.3.

Otázka financování podniku je řešena v kapitole 6.4 Finanční plán podniku.

Lidské zdroje zakladatel společnosti nemusel hledat dlouho, neboť ze svého okolí zná několik schopných lidí, kteří jsou pro práci vhodní. Zakladatel hledal pozitivního a nekonfliktního zaměstnance, který by bral svou práci i jako koníček. Samozřejmostí bylo odpovídající vzdělání, základní dovednosti na PC a zájem o předmět podnikání, výhodou pak provozování některého sportu, ke kterému obchod prodává vybavení a orientace v nabídce zboží.

Podnikatel zaměstnal pracovníka na pozici asistent na dohodu o pracovní činnosti. Práce bude vykonávána nejvýše 20 hodin týdně v nepravidelné pracovní době. Pohyblivý objem práce je dán sezónními výkyvy prodejnosti vybavení. Místo výkonu práce bude záležet na povaze činnosti. Dohoda o pracovní činnosti bude sjednána na dobu neurčitou s měsíční odměnou 2450 Kč. Náplní práce bude především zkladnění zboží do eshopu, expedice objednávek a informační servis. Informační servis bude rovněž vykonávat i zakladatel obchodu, aby obchod vyřizoval dotazy v co nejkratším čase a zákazník tak nemusel hledat odpověď u konkurence.

Zaměstnanec bude postupně seznamován s kompletním fungováním obchodu, aby mohl dočasně, v případě nepřítomnosti zakladatele, vést podnik sám a bylo tak zaručeno

nepřetržité fungování obchodu. Zaměstnanec bude dále školen dle potřeby. Za účelem školení a získání nových pracovních postupů se podnik spojil se sítí obchodů podobného zaměření, které si navzájem vyměňují nejen obchodní informace ale i spolupracují a zefektivňují svoje podnikání.

Veškeré další potřebné funkce v obchodě zastává zakladatel společnosti. Zakladatel má dostatek zkušeností s podnikáním. Šest let vede úspěšně společnost poskytující služby v oblasti fitness, dále vykonává deset let funkci manažera v oblasti ubytovacích služeb. Dlouhodobě se zajímá o předmět podnikání nově vznikající společnosti a má v tomto odvětví široký rozhled. Je zručný v práci na počítači, je schopen zastávat funkci grafika a orientuje se v administračním prostředí eshopu. Měsíční hrubá mzda zakladatele společnosti v roce 2012 činí 20 000 Kč. Společnost předpokládá 5% roční růst mzdy zakladatele.

6.2.6 SWOT analýza

SWOT analýza je obecným nástrojem, který poskytuje podklady pro formulaci rozvojových směrů a aktivit společnosti, podnikových strategií a strategických cílů. Zasahuje jak do vnějšího, tak do vnitřního prostředí.

Jde o analytický nástroj, který identifikuje a hodnotí faktory na základě rozdělení do 4 skupin, a to Strengths (silné stránky), Weaknesses (slabé stránky), Opportunities (příležitosti z okolí) a Threats (hrozby z okolí).

Analýza silných a slabých stránek se zaměřuje na interní faktory, nad kterými má podnik určitou kontrolu a může je ovlivňovat.

Naopak hodnocení příležitostí a hrozeb se zaměřuje na externí faktory, které podnik nemůže dobře kontrolovat, může se jim pouze přizpůsobovat.

SWOT analýza je pro každý podnik jedinečná, což je dáno odvětvím, fází životního cyklu a odlišností podniků vůbec.

Pomocí analýzy vzájemných vztahů všech faktorů je možné vybrat alternativy pro vývoj podniku. Základním pravidlem je, že podnik by měl využívat své silné stránky a příležitosti z okolí a snažit se eliminovat či alespoň zmenšovat své slabé stránky a vyhýbat se hrozbám okolí.

Tabulka 6.2 SWOT analýza společnosti 4RIDERS, s.r.o.

| | Silné stránky | Slabé stránky |
|-----------------|--|---|
| Interní analýza | <ul style="list-style-type: none"> Široký sortiment nabízeného zboží Pružná reakce na přání zákazníků Věrnostní systém Slevový systém Nižší ceny než konkurence (v rámci smluv s dodavateli) Kvalitní a pohotový informační servis Zkušení zaměstnanci | <ul style="list-style-type: none"> Zákazníci se o podniku nedozvědí Případné problémy s platební morálkou Nedostatečné finanční zdroje k zajištění propagace Případné problémy se správou internetového obchodu Nízká míra zastupitelnosti zaměstnanců |
| | Příležitosti okolí | Hrozby okolí |
| Externí analýza | <ul style="list-style-type: none"> Růst významu outsourcingu (Česká pošta, PPL) Udržení vztahů se zákazníky a vytváření lepších vztahů Získání nových zákazníků Využití slabých stránek konkurence pro její oslabení Možnost rozšíření skladových prostor Možnost založení půjčovny longboardů na Lipně Možnost expandovat do zahraničí | <ul style="list-style-type: none"> Agresivní přístup konkurence (akce, slevy, výprodeje) Nový konkurent s podobným zaměřením Rozšíření sortimentu stávajících konkurentů Nízká poptávka po zboží Nečekané ukončení činnosti dodavatelů |

Pramen: vlastní

Kapitolu analýza okolí podniku je vhodné uzavřít realistickým zhodnocením konkurenčního prostředí. Přestože z průzkumu trhu vyšel společnosti 4RIDERS jediný hlavní konkurent, je si zakladatel vědom, že se konkurence v odvětví může ještě zvýšit. Konkurenti mohou přijít na stejná zjištění a prohloubit svůj sortiment, začít se chovat agresivně a prosazovat své zboží, případně se mohou objevit zcela noví konkurenti se stejným nápadem.

Na druhou stranu společnost reaguje na nové trendy záhy a není zatížena stereotypy z odvětví. Má vynikající zkušenosti s nabízeným zbožím a ví, co si zákazníci přejí a hodlá jim to nabídnout.

„Jsou tři typy firem: ty, které předvídají, ty, které reagují na podněty, a ty, které se diví tomu, co se stalo“ [23 str. 34].

6.3 Marketingový plán

Podnik, který se chce prosadit, musí mít kvalitně zpracovaný marketingový plán. Takový plán mu pomůže co nejúčinněji čelit konkurenci.

„Marketingový plán objasňuje, jakým způsobem budou výrobky nebo služby distribuovány, oceňovány a propagovány“ [19 str. 38].

Marketingový plán se vzhledem k působnosti obchodu zaměřuje především na internetový marketing.

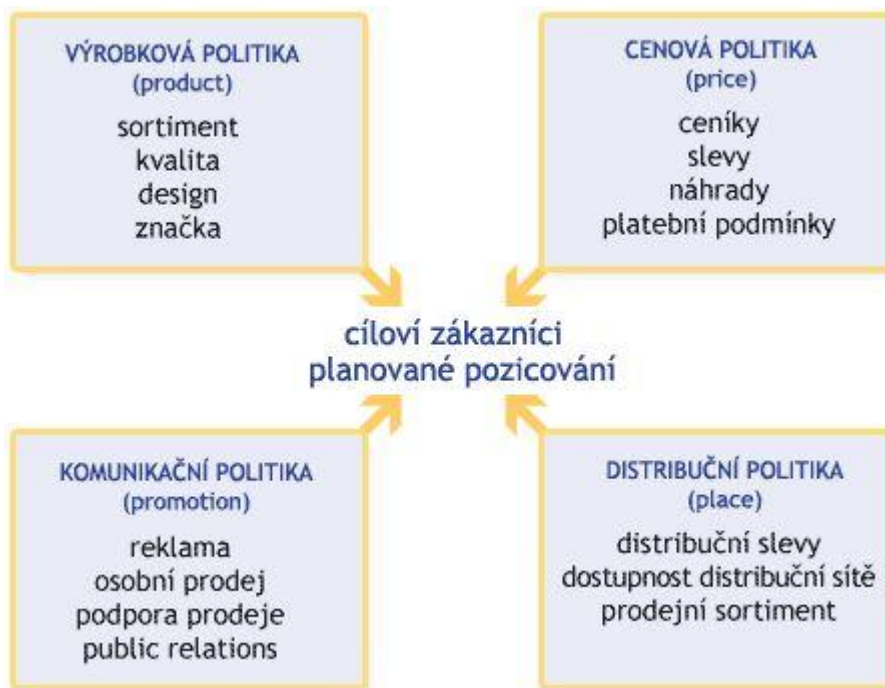
6.3.1 Marketingový mix – 4P

Za základní nástroje marketingového mixu se označují 4P: product (produkt), price (cena), place (místo), a promotion (propagace) viz Obrázek 6.4.

„Cílem marketingového mixu je mít správné produkty za správnou cenu na správném místě ve správný čas za pomoci správné podpory prodeje“ [5].

Aby marketing byl účinný, je nutné marketingový mix řídit jako integrovaný celek.

Obrázek 6.4 Marketingový mix 4P



Pramen: [24]

Produkt

Produkt je nejdůležitější nástroj marketingového mixu. Tvoří podstatu nabídky podniku na trhu. Na produkt je z marketingového hlediska nahlíženo jako na cokoliv, co se dá koupit či prodat a slouží k uspokojování lidských potřeb [25].

Záměrem obchodu 4RIDERS je, na rozdíl od konkurence, nabídnout kupujícím specializovaný sortiment jednotlivých kategorií s dostatečným výběrem produktů.

Produktový mix se skládá z pěti hlavních produktových řad (kompletní přehled viz Příloha B):

- Indo Boardy,
- Longboardy,
- Servisní vybavení,
- Sportovní sluchátka,
- Servisní služby.

Produktová řada se skládá ze stejnorodých produktů či služeb, které jsou příbuzné svou funkcí, cenovou hladinou nebo skupinou potenciálních zákazníků.

Záměrem obchodu 4RIDERS je, aby zákazník, který má zájem o určité sportovní vybavení našel v obchodě vše potřebné, tj. nejsou nabízeny pouze longboardy jako komplety, ale je také možné zakoupit zvlášť desku, trucky, kolečka ale i doplňkové příslušenství nutné k provozování longboardingu jako speciální rukavice, nářadí, podložky a ložiska.

Cena

Stanovení správné cenové úrovně je ovlivněno především náklady společnosti, úrovní cen konkurence, cen dodavatelů, vnímáním cenové dosažitelnosti potenciálních zákazníků a celkovou marketingovou strategií společnosti.

Při tvorbě cen nabízeného zboží se společnost orientovala na konkurenci s ohledem na respektování dohodnuté cenové strategie výrobce, případně distribuce značky do ČR. Většina výrobců a distributorů požaduje podepsání smluv, které mimo jiné obsahují maloobchodní ceník, velkoobchodní ceník, marže a toleranční maloobchodní ceny.

Toleranční ceny jsou stanovovány v rozmezí 5-10% z maloobchodních cen (MOC). Toto rozpětí cen je ve většině případů stanoveno distribucemi zboží, u prestižního zboží pak přímo výrobcí. Na ceny obchodů nabízející jejich zboží pak dohlížejí samotné distribuce, či zastoupení značky v zemi.

Dále budou rozebrány dodací a cenové podmínky jednotlivých značek, které odebírá obchod 4RIDERS.

Indo Board

Výhradní distribucí sportovního trenažéru indo board pro ČR a SR je společnost SOULRIDER s.r.o.

Tato společnost patří k benevolentnějším a nepožadovala podepsání smlouvy o dodržování cen a případně sankcí za porušení. Slovně bylo dohodnuto, že výše slevy nesmí poškozovat prestiž značky. Touto slevou se v internetovém prostředí myslí 5% sleva z MOC. Distribuce se nebrání krátkodobému zvýšení slevy až na 20% z MOC. Zboží v takové slevě však musí být viditelně označené slovem typu „akce“ a z popisku musí být patrné, že se jedná o časově omezenou nabídku. Toto zjištění je důležité pro podporu prodeje prostřednictvím akčních nabídek. MOC indo boardů jsou pevně dané distribucí.

Nákup indo boardů probíhá kontinuálně po celý rok. Distribuce má sklad indo boardů v ČR a z něho pokrývá objednávky obchodů.

Po dlouhodobě výhodné spolupráci nabídl manažer distribuce indo boardů společnosti 4RIDERS, s.r.o. lepší podmínky nákupu. Mezi tyto podmínky patří:

- Pásmová sleva z velkoobchodních cen (VOC) 10% a 15%
- Doprava zdarma při odběru 10+ ks indo boardů
- Možnost zapůjčení propagačních indo boardů na akce (není třeba likvidovat nové)
- Stojan do obchodu (pro 1 nebo pro 6 indo boardů) zdarma
- Propagace, odkazy z webu a facebooku (FB) na eshop 4RIDERS

Longboardy

Společnost 4RIDERS, s.r.o. po průzkumu trhu značek longboardů a zohlednění vlastní zkušeností poptala výrobce a distribuci CUSTOM WORLD, s.r.o.

Tato společnost se zabývá výrobou kompletů značky CUSTOM BOARDS, koleček CUSTOM WHEELS a distribucí značek Paris Trucks, Rivera Skates, Divine Bushing a Abec 11. Pro společnost 4RIDERS je výhodné, že všechny značky bude brát od jednoho dodavatele. Tímto jsou šetřeny náklady na přepravu, balné a je možné dosáhnout výhodnějších cenových nabídek.

Ve smlouvě byla stanovena maximální výše slevy z MOC taková, aby nepoškozovala dobré jméno značky. Touto slevou se v internetovém prostředí předpokládá 5% sleva z MOC. Distribuce se nebrání zvýšení slevy až na 20% z MOC. Zboží v takové slevě však musí být viditelně označené slovem typu „akce“ a z popisku musí být patrné, že se jedná o časově omezenou nabídku. MOC jednotlivých modelů longboardů se řídí maloobchodním ceníkem vydaným distribucí.

Nákup longboardů probíhá formou sezónních předobjednávek. Předobjednávkou se rozumí, že zboží na příští sezónu se objednává již na konci této sezóny, tedy např. zboží na jaro/léto 2012 se objednávají do konce léta 2011. Každá distribuce má jiné termíny.

Servisní vybavení

Výhradním distributorem profesionálního servisního vybavení od výrobce TOKO je Lissport s.r.o. V dodavatelské smlouvě nebyla stanovena maximální výše slevy z MOC zboží, ale distribuce nerada vidí vyšší slevu než 20% z MOC. V případě více

napomenutí na nezvykle vysokou slevu na zboží by obchodu 4RIDERS hrozilo zamezení objednávek ze skladu distribuce během roku, případně až přerušeni obchodního vztahu.

Vzhledem k internetovým cenám konkurence zvolila společnost plošnou slevu z MOC ve výši 10%, která ji zajišťuje přední příčky ve vyhledávacích nejnižších cen. Na základní a zároveň nejvyhledávanější zboží od značky TOKO – žehličku T8 800w, se rozhodl obchod 4RIDERS poskytnout slevu 20%. Tímto krokem chce obchod přitáhnout nové zákazníky. Tato výše slevy je distribucí akceptovatelná po celou sezónu.

Stěžejní formou nákupu zboží TOKO je předobjednávkový systém jednou ročně s termínem do konce března. Distribuce v případě předobjednávek využívá objemový systém slev z VOC.

Tabulka 6.3 Předobjednávková sleva značky TOKO

| Předobjednávka v objemu | sleva z VOC |
|-------------------------|-------------|
| nad 10000 bez DPH 20% | 4% |
| nad 30000 bez DPH 20% | 6% |
| nad 45000 bez DPH 20% | 8% |
| nad 60000 bez DPH 20% | 12% |
| nad 80000 bez DPH 20% | 16% |

Pramen: vlastní

V případě doobjednání zboží ze skladu distribuce během sezóny se sleva snižuje na polovinu z předobjednávky.

Obchod nabízí servisní sady Základ a Profí. Jejich cena byla stanovena součtem aktuálních cen zboží (včetně slev), ze kterých se skládají a poté ponížena o 5%, aby byla sada cenově výhodnější než koupě jednotlivého vybavení. Taková cena je poté ještě zaokrouhlena na marketingově lákavější tvar. Tvorba ceny servisní sady Základ je uvedena níže v tabulce.

Tabulka 6.4 Tvorba ceny servisní sady Základ

| | Cena |
|------------------------------------|-----------------|
| Toko žehlička T8 800w | 900 Kč |
| Toko All-in-one Wax 120g | 234 Kč |
| Toko Plexi Blade 5mm | 144 Kč |
| Cena zboží koupeného zvlášť | 1 278 Kč |
| 5% zvýhodnění sady | 64 Kč |
| Zaokrouhlená cena sady | 1 190 Kč |

Pramen: vlastní

Sluchátka Skullcandy

Výhradním distributorem pro značku Skullcandy v ČR je společnost 69Sports, s.r.o. Mezi dodavatelem a obchodem 4RIDERS nebyla vytvořena smlouva o dodacích podmínkách. Na osobním setkání byly probrány podmínky prodeje, byla stanovena základní marže 60%, sleva při platbě za zboží v hotovosti 3% a toleranční MOC sluchátek Skullcandy, která činí 10%.

Po průzkumu cen internetových obchodů však bylo zjištěno, že internetoví prodejci sluchátek Skullcandy se touto toleranční cenou neřídí. Vzhledem k tomu, že se distributor k vyšší než povolené toleranční slevě na zboží konkurenčních obchodů nevyjádřil, rozhodl se obchod 4RIDERS prorazit na tento trh cenou. Na všechny sluchátka Skullcandy nasadil plošnou slevu 15%, která mu zajistila přední příčky ve vyhledávacích cen a tím vysokou prodejnost. Navíc sluchátka, která nejdou na odbyt, jako jiné populárnější modely, zařadil obchod do akce a poskytl na ně slevu 30%.

Servisní služby

Obchod 4RIDERS rovněž bude nabízet servis pro lyže, snowboardy a běžky. Před stanovením cen jednotlivých služeb je potřeba provést především místní průzkum konkurence. Ten lze provést na základě fiktivního zákazníka, který je vyslán ke konkurenci, aby zjistil konkurenční nabídku. Tato metoda je velmi jednoduchá, rychlá a účinná. Pro její zvolení hovoří fakt, že nabídka servisních služeb je v každém servisním středisku velmi podobná.

Zvýhodnění budou zákazníci, kteří své vybavení zakoupili v obchodě 4RIDERS. Bude jim poskytnuta sleva 20% na jakékoliv servisní služby. Tím obchod přispěje ke kvalitnějším poprodejním službám a potažmo udržení zákazníka.

Propagace

Propagace nově vznikající společnosti je doslova životně důležitá. Především v počátku podnikání, je nutné jí věnovat dostatečnou pozornost. Na plánovaný obchod je vhodné potenciální zákazníky upozornit ještě před samotným spuštěním obchodu.

První kroky

Obchod 4RIDERS, ještě před spuštěním eshopu, umístil ihned po registraci domény na webové stránky logo a stručnou charakteristiku obchodu s důrazem na konkurenční výhody, které mají přilákat zákazníky. Rovněž zveřejnil informační inzerce či příspěvky o vznikajícím obchodě na inzertní servery a diskuzní fóra související s druhem nabízeného zboží. Dále zakladatel vytvořil FB stránky obchodu na adrese <http://www.facebook.com/4RIDERS.cz>, kde začal informovat o probíhajících událostech a chystané nabídce.

WWW stránky

Mezi formu propagace se řadí i webové stránky obchodu jako takové. Ty slouží nejen k uskutečněné prodeje, ale rovněž k marketingové komunikaci. Prostřednictvím stránek obchod sděluje zákazníkům informace o produktech a společnosti samotné. Může na nich:

- Zjišťovat zákaznické reakce,
- Pořádat slevové akce,
- Komunikovat přes interaktivní chaty či formuláře [26].

Tvorbu internetového obchodu je vhodné svěřit do rukou profesionálů. Je to to jediné, co internetový obchod prezentuje navenek a nevyplatí se zde šetřit na polovičatých řešeních.

Stránky musí působit na zákazníka seriózně, design odpovídat zaměření a segmentu lidí, kteří stránky budou navštěvovat, musí oslovit, být přehledný, disponovat intuitivním ovládáním, být provázán na sociální sítě atd. Společnost 4RIDERS, s.r.o. zadala tvorbu eshopu profesionálům v oboru.

Obrázek 6.5 Náhled eshopu 4RIDERS

4R
WWW.4RIDERS.CZ

AKCE
Batohy
- 20%
akce platí do 23. dubna 2012

AKTUALITY AKCE NÁKUPNÍ INFO KONTAKT

Přihlášen: Hledej ... OK

KATALOG

- Snowboardy
- Vázání
- Boty
- Bundy
- Kalhoty
- Boardbaga
- Chrániče
- Helmy
- Brýle
- Rukavice
- Mikiny, svetry
- Trička
- Košile
- Čepice
- Termoprádlo
- Šátky, nákrčníky
- Podkolenky
- Sluchátka
- Pásy
- Peněženky
- Batohy
- Servis
- Indo Boardy
- Longboardy
- Sportovní výživa

TOP ZNAČKY

- ABEC 11
- Aminostar
- Amplif

Aktuality

Akce - 20% na longboardy! 25. 4. 2012
Máme pro Vás akční nabídku na [longboardy](#)! Nyní je můžete u nás pořídit s 20% slevou!! Akce trvá 10 dní do 2. května 2012. Tak neváhejte, longboardy značek Custom Boards a Riviera na Vás čekají!

Longboardy Custom Boards jsou tady! 11. 4. 2012
Začínáme skládat [longboardy Custom Boards](#) z nové kolekce! Designy desek opět stojí za to! Na longboardech jsou namontovány kola z nové kolekce ve fialové barvě.

Indo Boardy 4. 4. 2012
Naskladnili jsme [indo boardy](#) nejrůznějších velikostí, tvarů a barev :) Už víte, jak jste na tom s rovnováhou?

Tipy z akčních nabídek

| | | |
|--|--|--|
| Skullcandy Riot Red/White w/Mic 550 Kč 385 Kč -30% | Riviera Hibiskulls Rasta 4.744 Kč 3 795 Kč -20% | TOKO S3 Hydrocarbon yellow 120g 250 Kč 200 Kč -20% |
| TOKO žehlička T8 800W 1.200 Kč 900 Kč -25% | Skullcandy Smokin Buds Shoe Red w/Mic 899 Kč 629 Kč -30% | TOKO S3 Hydrocarbon yellow 167g 300 Kč 240 Kč -20% |

PRO STUDENTY SLEVA 15%

facebook

4RIDERS.cz
To se mi líbí

4RIDERS.cz se líbí 260 lidem.

28.4. Jifi Lucie Verunka Nikola Motofast Martin

CHIMPANZEE

Chimpanzee Energy Bar
NO TRANS FATS. ALL NATURAL. 50% BIO INGREDIENTS. GMO FREE.
MADE WITH LOVE

Hodnocení zákazníků
94 %
OVĚŘENO ZÁKAZNÍKY
62 recenzí

Pramen: vlastní

Taktéž následná optimalizace www stránek pro vyhledávače je zásadní z hlediska propagace obchodu a proto je tu důležité svěřit odborníkům. SEO (Search Engine Optimization) se soustředí především na dvě věci: klíčová slova a příchozí linky. Klíčová slova říkají vyhledávačům, jaký lze na stránkách najít obsah. Příchozí linky zase informují, jak jsou stránky důležité – navštěvované. Oboje vyhledávače

vyhodnocují a podle toho umísťují stránku na přední místa, v případě vyhledávání obsahu, kterým se stránky zabývají. Tím SEO přivádí nové návštěvníky na stránky, z kterých se mohou stát zákazníci. Přístupy přes vyhledávače není radno podceňovat, často tvoří nezanedbatelnou část zdrojů návštěvnosti [26].

Další přístupy tvoří přímá návštěvnost (zadání konkrétní adresy stránky do prohlížeče) a návštěvy z odkazujících stránek. Přímou návštěvnost nemůže obchod dobře ovlivnit, tvoří ji především vracející se zákazníci a s postupem času působení stránky by se měla zvyšovat. Naopak návštěvnost z odkazujících stránek ovlivnit může např. zaregistrováním obchodu do vyhledávačů nejlepších cen, zveřejněním reklam na vyhledávacích či diskuzních fórech, dále pak provozováním FB stránky apod.

Obrázek 6.6 Zdroje návštěvnosti www.4riders.cz v období 27. 3. - 26. 4. 2012



Pramen: [27]

Tvorba eshopu včetně optimalizačních služeb a základního poradenství stála 63 000 Kč vč. DPH.

Reklama

- PPC

Reklama PPC (pay-per-click), neboli platba za proklik, je založena na zobrazení reklamy (sloganu) po vyhledávání klíčového slova. Klíčová slova k jednotlivým kampaním si zvolí zadavatel kampaně. PPC reklama je jednou z neúčinnějších forem marketingové komunikace na internetu. Platí se pouze za proklik na obchod, nikoliv na zobrazení reklamy. Platí se tak v podstatě za návštěvníka stránky. Cenu za proklik je možné stanovit podle svých uvážení. Pokud bude vyšší než konkurence, bude obchod

na vyšších místech a zvýrazněných pozicích, pokud nižší či stejná jako konkurenční, tak na posledních místech nebo třeba jen na sudých stránkách výsledků vyhledávání.

PPC reklama může být vysoce ziskovou investicí, ale vyžaduje náležitou přípravu, dobré znalosti a spoustu zkušeností. „Je na zvážení, zda je lepší nákladně školit vlastní pracovníky, anebo si najmout opravdu kvalitní reklamní agenturu“ [24]. Vlastní pracovník nemusí tak dobře rozumět systému zadávání reklamy, reklamní agentura zase nemusí dostatečně rozumět nabízenému sortimentu. Rizika jsou tedy na obou stranách.

Společnost 4RIDERS využívá reklamu PPC v systémech Seznam Sklik a Google Adwords, které jsou v ČR nejvíce využívány. Oba systémy patří ke špičkám v oboru. Inzeráty se zobrazují na webech od Seznam.cz (Zboží.cz, Firmy.cz, Encyklopedie, Sbazar, Seznam obrázky, Seznam mobil, Super.cz, Novinky.cz, Sport.cz, ProŽeny.cz, Sfinance.cz, Blog.cz) a Google.com (Google.com, Ask.com atd.) Tyto vyhledávače a stránky obchod zvolil z důvodu největšího zdroje přístupů na obchod či korespondujícímu obsahu s nabídkou obchodu.

Reklama PPC stojí obchod průměrně 1 200 Kč bez DPH/měsíc. Na rok tedy přijde reklama přibližně na 15 000 Kč bez DPH. Tato částka se jeví jako optimální.

- Vyhledávače nejnižších cen

Snad nejdůležitějšími nástroji prosazení většiny nových internetových obchodů jsou vyhledávače nejnižších cen. Nové eshopy by se měly jako první po zprovoznění stránek zaregistrovat a propojit s těmito vyhledávači. Cenou se totiž bojuje nejsnáze. Když bude obchod nejlevnější, budou mu chodit objednávky, i když bude na trhu třeba týden. Aby obchod mohl využívat služby vyhledávačů cen, musí:

- „obchod skutečně existovat a být funkční
- vytvořit datový soubor – tzv. XML feed
- být si jist, že obchod neporušuje pravidla pro internetové obchody
- vyplnit registrační formulář“ [28].

Technickou stránku implementace a propojení obchodu se systémem je vhodné svěřit IT odborníkovi.

Obchod 4RIDERS využívá vyhledávače cen Zboží.cz a Heureka.cz. Oba systém nabízejí jak bezplatné tak placené služby porovnání.

Placená služba Zboží Standard poskytuje servis za cenu od 1 Kč bez DPH za uskutečněný proklik. V případě, že má subjekt nastaveny vyšší ceny za prokliky než 1 Kč bez DPH u jednotlivých položek, jsou tyto položky řazeny podle nastavené ceny násobené kvalitou daných položek před položkami, které nemají nastavenou vyšší cenu za proklik. Kvalitu položek vyhodnocuje systém Zboží.cz a jsou v ní např. zahrnuta uživatelská hodnocení pro daný internetový obchod [28].

Tabulka 6.5 Porovnání služeb Zboží Základní a Zboží Standard

| | Zboží Základní | Zboží Standard |
|--------------------------------|---|---|
| Zobrazení položek ve fulltextu | Ano (za placenými - při výchozím řazení) | Ano (před neplacenými - při výchozím řazení) |
| Aktualizace dat | Ano (1 x za 48 – 72 hodin) | Ano (1 x za 24 hodin) |
| Zobrazení v produktech | Ne | Ano |
| Zobrazení v kategoriích | Ne | Ano |
| Přístup ke statistikám | Ne | Ano |
| Hodnocení obchodu uživateli | Ano | Ano |

Pramen: [28]

Nabídka bezplatné a placené služby Heureka.cz je velmi podobná službám Zboží.cz. V placené verzi služby Heureka.cz je navíc možné získat prestižní a všeobecně uznávaný certifikát Ověřeno zákazníky.

Obrázek 6.7 Certifikát Ověřeno zákazníky



Pramen: [29]

Placená verze porovnání u Heureka.cz rovněž disponuje přehledným detailem obchodu, kde mohou psát ověření zákazníci recenze na obchod a obchod se k nim může

vyjadřovat. Detail stránky (viz Příloha E) tak rovněž slouží jako platforma pro marketingovou komunikaci.

Obchod 4RIDERS se rozhodl pro placené verze služeb a to po vlastní zkušenosti vyhledávání zboží v neplaceném režimu, kterým by obchod nemohl konkurovat.

Za placené služby vyhledávačů Zboží.cz a Heureka.cz obchod průměrně utratí 1 600 Kč bez DPH/měsíc. Za rok tedy tyto služby přijdou přibližně na 20 000 Kč bez DPH.

- Propagační letáky

K podpoře prodeje dále obchod 4RIDERS využívá propagační letáky. Tuto formu obchod zvolil při spuštění eshopu a dále při pravidelných akcích na kategorie zboží. Letáky mají dvě hlavní výhody - jsou místně cílené a relativně levné. Zákazníci si mohou objednané zboží osobně vyzvednout a ušetřit tak za poštovné.

Obchod 4RIDERS chce využít své lokalizace poblíž vyhledávané turistické oblasti Lipno. Na Lipně jsou ideální podmínky pro začínající longboardisty, kteří mohou využít velmi známé a oblíbené cyklo a in-line stezky mezi obcemi Lipno nad Vltavou a Frymburk. V oblasti budou roznášeny a vystavovány letáky zaměřené především na longboarding.

V oblasti se nenachází ani jedna půjčovna longboardů, proto společnost, v případě příznivého ekonomického vývoje, zvažuje otevření své vlastní půjčovny.

Obrázek 6.8 Propagační leták na podporu prodeje longboardů



Pramen: vlastní

Společnost vyčlenila na propagační letáky částku 4 000 Kč/rok. Tato částka by měla stačit na 1 250 ks letáků, při nákladech 3,20 Kč za jednostranný plnobarevný tisk formátu A4. Zhotovení grafické podoby letáku má na starosti zakladatel. Rozvoz letáků obstarává asistent.

- Zápis do katalogů

Společnost je vhodné zaregistrovat do katalogů vyhledávačů firem. Touto možností mohou na obchod přijít především právnické osoby, které mohou mít zájem o prodej zboží ve velkém.

Registrace do katalogů firem patří do SEO optimalizace, která je zahrnuta v ceně tvorby eshopu.

- Reklamní bannery na webu

Po průzkumu relevantních webů společnost nehodlá v prvních letech podnikání využívat reklamní bannery. Důvod jsou velmi vysoké ceny. Společnost raději investuje do jiných druhů reklam.

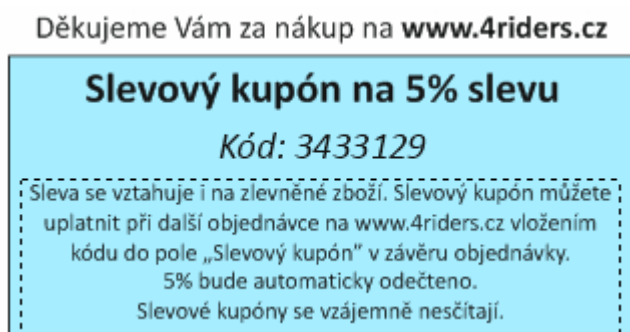
Podpora prodeje

- Slevové kupóny

Kupóny jsou zákazníky vnímány velmi pozitivně. Kupon může mít podobu nároku na slevu nebo dárkového poukazu. Obchod 4RIDERS vsadil na slevové kupóny s nárokem na 5% slevu pro příští nákup. Kupon zákazník obdrží, pokud v obchodě nakoupí nad 1 000 Kč. Výhodu slevových kupónů obchod spatřuje v tom, že se zákazník snaží překročit hranici nákupu 1 000 Kč, např. zákazník přijde nakoupit zboží za 850 Kč, aby ale přesáhl hranici 1000 Kč, tak si něco drobného přikoupí. Samozřejmě, pokud chce zákazník do obchodu ještě někdy zavítat. Dále je to výhodné, protože poté, co zákazník obdrží slevový kupón, ho bude mít u sebe a při nákupu sportovního vybavení se nejdříve podívá na ten obchod.

Objem výroby slevových kupónů závisí na počtu objednávek nad 1 000 Kč. Vzhledem k cenám sortimentu podnik počítá přibližně s 500 objednávkami nad 1 000 Kč za první rok. Na papír o velikosti A4 se vejde 9 kupónů. Tisk a následná laminace jednoho papíru A4 vychází na 6 Kč. Obchod tedy počítá na slevové kupóny s rozpočtem 350 Kč.

Obrázek 6.9 Slevový kupón na příští nákup



Pramen: vlastní

- Dárkové předměty

Dárky k objednávkám jsou u většiny sportovně zaměřených obchodů samozřejmostí. V zavedených obchodech zákazník dostane za velkou objednávku i reklamní hrneček nebo dokonce tričko, v menších pak většinou různé samolepky či propisky. I obchod 4RIDERS se snaží zákazníkům poděkovat za nákup, proto dává ke každé objednávce samolepky, propisky či plakáty podle toho, jak je objednávka velká nebo zda jde o nového či stálého zákazníka.

Na dárkové a reklamní předměty podnikatel poptal několik reklamních agentur. Po té vybral jednu z nich, která odpovídala jeho představám. Na základě poptávky byla vytvořena kalkulace. Obchod objednal 100 ks propisek za cenu 600 Kč a 300 ks samolepek za cenu 550 Kč.

- Sponzoring jezdců

Obchod 4RIDERS hodlá do budoucna sponzorovat nadané jezdce v odvětvích, kterým se obchod věnuje. Tito sponzorovaní jezdci budou svými mediálními výstupy a výsledky na závodech dělat reklamu a přispívat k dobrému jménu obchodu.

Sponzoring jezdců připadá v úvahu nejdříve po třech letech podnikání v případě, že obchod bude generovat dostatečný zisk.

- Věrnostní a slevový systém

Za podporu prodeje lze vnímat i věrnostní a slevový systém. Obchod 4RIDERS nabízí slevu pro studenty ve výši 15% z MOC. Tato sleva je studenty velmi vítána a přiláká spousty perspektivních zákazníků. Věrnostní a slevový systém obchodu je sepsán v obchodních podmínkách viz příloha A.

- Poštovné zdarma

Poštovné zdarma je specifickou podporou prodeje. Je podmíněno nákupem nad 2 500 Kč v zimní sezóně a 1 500 Kč v letní sezóně. Rozdílné částky jsou dány prodejem dražšího sortimentu v zimním období.

Průměrná cena jednoho balíků po odečtení množstevních a jiných slev společnost stojí 128 Kč. V případě, že zákazník platí poštovné (99 Kč v případě dobírky nebo 79 Kč v případě platby předem), tak obchod průměrně doplácí 30 Kč. V případě, že zákazník objedná nad částku, za kterou má poštovné zdarma tak obchod platí celou částku, tzn. 128 Kč. Za první rok společnost počítá s tím, že bude muset na poštovné doplatit 10 000 Kč, za druhý rok 15 000 Kč, za třetí 20 000 Kč.

- Pravidelné akce na kategorie zboží

Obchod 4RIDERS pořádá pravidelné týdenní či desetidenní akce, během kterých nabízí na určitou kategorii zboží slevu 20% z MOC. Obchod tím chce udržet stávající a přilákat nové zákazníky.

- Soutěže

Soutěže a ankety jsou atraktivní, pokud v nich soutěžící může vyhrát hodnotné ceny. Výhodou je možnost udělat v rámci soutěže marketingový průzkum. Účast v soutěži je možné podmínit nákupem zboží v určité hodnotě. Soutěž pak nemusí stát nic nebo jen malou částku [26].

Obchod 4RIDERS hodlá pravidelně pořádat kvízové soutěže o hodnotné ceny. Na tyto ceny obchod počítá s 10 000 Kč/rok.

- Akční sady

Nákup více zboží v jedné sadě se slevou je vhodnou příležitostí ke zvýšení tržeb, avšak za cenu nižšího zisku. Obchod si musí spočítat, zda se mu takový prodej vyplatí, případně, jakou získá výhodu oproti konkurenčním nabídkám.

Obchod 4RIDERS možnost akčních sad využívá v prodeji servisního vybavení. Obchod po průzkumu potřeb zákazníků vyprofiloval dvě skupiny zákazníků, které by o servisní sady mohly mít zájem. První skupinou jsou polo profesionálové, kteří mají se servisem zkušenosti a vyžadují více nástrojů a možností úprav. Druhou skupinou jsou běžní uživatelé, kteří si vystačí se základním servisem, na které potřebují tolik vybavení. Obchod proto sestavil servisní sadu „Profi“ a „Základ“, které odpovídají potřebám zákazníků. Kalkulace cen těchto sad je v kapitole 6.3 Marketingový mix – Cena.

- Prodloužení zákonných lhůt

Ze zákona lze zboží zakoupené přes internet vrátit bez udání důvodu do 14 dnů od obdržení. Tuto lhůtu musí dodržovat všichni prodejci. Obchod však může tuto lhůtu prodloužit a získat tak konkurenční výhodu.

Obchod 4RIDERS prodlužuje lhůtu vrácení zboží na 30 dní bez udání důvodu především v období vánočních nákupů.

- Facebook

Facebook představuje pro obchod jedinečnou marketingovou příležitost. Obchody mohou prostřednictvím fanoušků jejich FB stránky získávat odezvy na produkty či služby. Ačkoliv přilákání fanouška ještě neznamená, že si něco koupí, z pohledu marketingu je úspěch již samotné získání fanoušků a zjištění jejich názorů, přání či potřeb. Díky tomu pak mohou obchody přizpůsobit svoji nabídku produktů [26].

Facebook je vhodné provázat se stránkami obchodu, aby se mohli zákazníci stát fanoušky či sdílet obsah stránek.

Ačkoli mají reklamy na FB nespornou výhodu zacílení na určité publikum, obchod 4RIDERS se vzhledem k vysoké ceně rozhodl reklamních služeb nevyužívat a provozovat pouze svoji FB stránku obchodu.

Na tuto stránku obchod umisťuje aktuality o činnosti obchodu, jako např. naskladnění nového zboží, uvedení nové značky či rozšíření sortimentu, dále informuje o probíhajících cenových a jiných akcích nebo i předkládá fanouškům novinky z aktuálního dění v odvětvích, kterým se věnuje. Facebook stránky obchodu 4RIDERS lze navštívit na adrese <http://www.facebook.com/4RIDERS.cz>. Náhled FB stránky obchodu viz Příloha F.

- Emaily s nabídkou

Rozesílání emailů s nabídkou zboží či služeb patří k účinným propagačním formám internetového marketingu. Pomocí zasílání emailů lze nejen nabízet a potažmo prodávat, ale také budovat dlouhodobější vztahy se zákazníkem. Rozesílání nabídkových emailů na druhou stranu vyžaduje překonání velkých nesnází v oblasti marketingové, právní i technické [26].

Obchod 4RIDERS má v plánu rozesílání emailů s nabídkou jednou měsíčně, před obdobím Vánoc i dvakrát do měsíce. Koncepce emailu bude stát na jednoduchosti v textu, grafice i nabídce. Email bude posílán jak v textovém, tak i v HTML tvaru, jelikož někteří uživatelé mají zobrazování obrázků vypnuté. V nabídkovém emailu se plánuje zaměřit vždy pouze na jednu kategorii zboží a vyzdvihnout z ní to nejatraktivnější či případnou cenovou akci.

Místo

Místo uvádí, kde (prodejny, sklady) a jakým způsobem (distribuční cesty) se bude zboží prodávat. Volba umístění prodejny či skladových prostor se odvíjí od produktu a jeho nabízeného množství. Distribuční cesta se zabývá způsobem, jakým se produkt dostane od výrobce, resp. zprostředkovatele prodeje, ke konečnému zákazníkovi.

Podnikatel využil vlastní nebytové prostory k provozování podnikatelské činnosti. Jedná se o dvě místnosti, sklad a kancelář, o celkové výměře 39 m² na adrese U Vlastovičnicku 145, Český Krumlov. Skladové i kancelářské prostory se jeví pro začátek

podnikání jako vhodné. Nájemné prostor včetně kompletního kancelářského vybavení činí 4 000 Kč/měsíc, za rok tedy společnost vynaloží 48 000 Kč na pronájem.

Prodej bude realizován především prostřednictvím zásilkových společností. Další možností je osobní odběr objednaného zboží na adrese sídla.

Pro internetový obchod je velmi důležitý výběr primárního dopravce – tedy dopravce, s kterým bude nejvíce spolupracovat a s kterým tím pádem bude mít uzavřeny nejuvhodnější podmínky. Obchod by však měl nabízet minimálně dva dopravce, aby si zákazník mohl vybrat. To ostatně často stanovují v podmínkách sami distributoři.

Společnost 4RIDERS, s.r.o., po rešerši mezi zákazníky o preferovaném dopravci, uzavřela smlouvy se státním podnikem Česká pošta a společní PPL CZ, s.r.o.

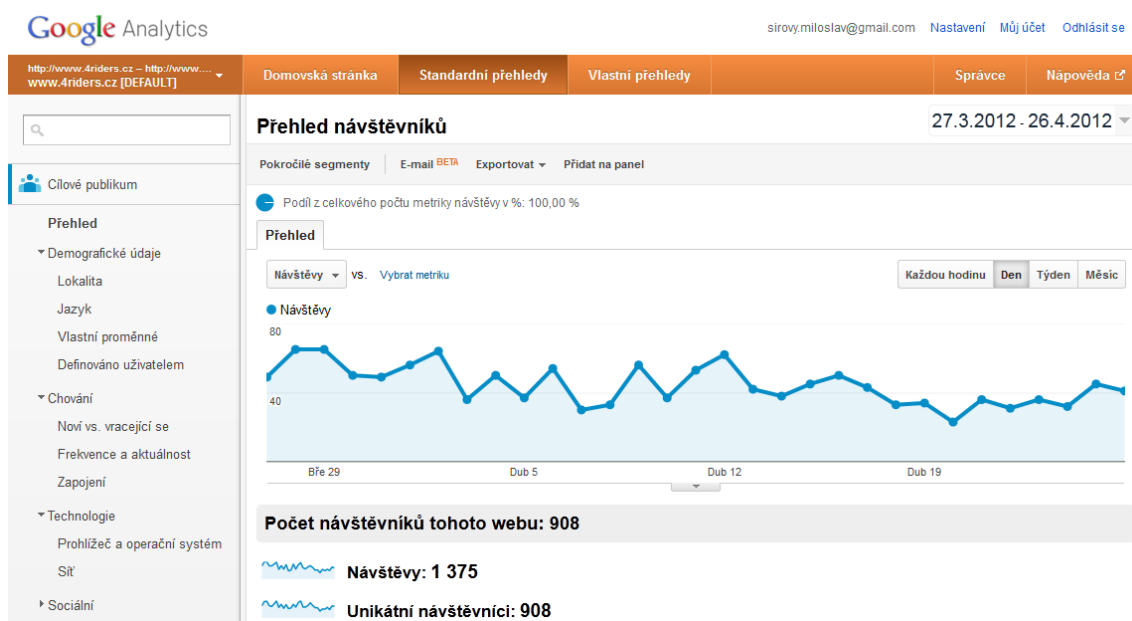
Mezi požadavky obchodu na zásilkové služby patřilo: služba přepravce s dodáním do druhého dne, online podání zásilek, možnost odběru na pobočkách, množstevní slevy a svoz balíků na adrese odesílatele. Všechny požadavky splňuje pouze Česká pošta, proto byla zvolena primárním přepravcem a uzavřeny s ní výhodnější podmínky. Česká pošta rovněž disponuje propracovanějším a spolehlivějším administračním systémem pro podání balíku online. Svoz balíků byl sjednán na každý pracovní den v odpoledních hodinách. Do této doby tedy musí být objednávka vyřízena.

6.3.2 Vyhodnocení marketingových aktivit, zpětná vazba

Vyhodnocení analytickými nástroji umožňuje kvantifikovat užitek z určitého druhu reklamy. Obchod tak zjistí, do které reklamy se mu vyplatí či nevyplatí investovat.

K vyhodnocení marketingových aktivit obchod využívá kvalitní analytické stránky www.google.com/analytics, kde je možné získat údaje o cílovém publiku, zdrojích návštěvnosti, vyhledávaném obsahu či konverzi mezi prokliknutím a nákupem. Rovněž lze využívat statistické přehledy na konkrétních službách, jako např. Sklik.cz, Zboží.cz či Heureka.cz. Ty však mají nevýhodu, že zobrazují údaje pouze z jejich zdrojů.

Obrázek 6.10 Prostředí Google Analytics



Pramen: [27]

Zákazníci budou mít možnost vyjádřit se ke kvalitě poskytovaných služeb obchodem. Jejich názory, připomínky či doporučení budou analyzovány a případně provedeny potřebné změny, aby bylo dosaženo zkvalitnění poskytovaných služeb.

Zpětnou vazbu zajišťuje především server Heureka.cz, který každému zákazníkovi obchodu zasílá dotazník, kde může zákazník vyjádřit svůj názor na obchod. Výsledek dotazníku na nákup v obchodě 4RIDERS viz Příloha D.

Dále lze podněty sdělit vedení obchodu prostřednictvím emailu, telefonicky, FB, formuláře na webu obchodu či osobně na sídle společnosti.

Vedení si uvědomuje důležitost zpětné vazby od zákazníků a bude jí věnována patřičná pozornost. Rovněž návrhy zaměstnanců budou vítány.

6.4 Finanční plán

Finanční plán ověřuje, zda je podnikatelský záměr reálný. K jeho sestavení je vhodné použít tabulkový procesor, např. excel, ve kterém je možné rychle a jednoduše propočítat případné změny ve finančních údajích. K tvorbě finančního plánu je nutné mít co nejpřesnější údaje, z kterých se bude vycházet.

Každý podnikatel je povinný vést účetní evidenci zaznamenávající materiálové a finanční toky podniku. Rozvaha podává přehled o majetku podniku, jeho struktuře a

finančních zdrojích, z kterých byl majetek pořízen. Tento účetní výkaz se sestavuje při vzniku podniku a v rámci účetní závěrky. Další součástí účetní závěrky je výkaz zisku a ztrát. Ten eviduje výnosy a náklady podniku, dále může podávat přehled o peněžních tocích podniku či o změnách vlastního kapitálu. Nedílnou součástí účetní závěrky je příloha. Ta poskytuje informace o použitých účetních metodách, závazcích atd. Všechny tyto výkazy podávají základní informace o hospodaření podniku a jsou východiskem pro rozhodování podniku [19].

6.4.1 Náklady na založení podniku

V níže uvedené tabulce jsou zobrazeny náklady spojené se založením podniku. Skládají se z vyřízení živnostenského oprávnění, výpisu z rejstříku trestů, ověření podpisu, notářské odměny za sepsání zakladatelské listiny a vydání úředně ověřených kopií, a kolku za návrh na zápis do Obchodního rejstříku. Tyto náklady dosahují výše 12 900 Kč

Tabulka 6.6 Náklady na založení podniku

| Položka | Cena |
|---|------------------|
| Živnostenské oprávnění, výpis z rejstříku trestů, ověření podpisů | 1 500 Kč |
| Zakladatelská listina, ověření listin | 6 400 Kč |
| Návrh na zápis do Obchodního rejstříku | 5 000 Kč |
| Celkem | 12 900 Kč |

Pramen: vlastní

6.4.2 Počáteční náklady na provozování činnosti

Obchod nemůže začít podnikat bez potřebného vybavení a zboží, které hodlá nabízet. V níže uvedené tabulce jsou předloženy náklady potřebné pro začátek provozování podnikatelské činnosti. Tyto náklady zahrnují tvorbu eshopu, nákup zboží, vybavení skladových prostor – regálů, vybavení pro správu obchodu – notebook, tiskárnu a telefon, kancelářské potřeby jako řezačku, laminovačku apod. Obchod se dále neobejde bez balicích potřeb pro expedici objednávek, jako jsou krabice, fólie, bublinkové obálky, lepicí pásy apod. V neposlední řadě musí podnik zakoupit kvalitní účetní program, který pomůže podnikateli vést účetnictví. Tyto náklady dosahují výše 396 659 Kč.

Tabulka 6.7 Počáteční náklady na provozování činnosti

| Položka | Cena |
|---|-------------------|
| Eshop | 63 000 Kč |
| Vybavení skladovacích prostor (regály) | 15 000 Kč |
| Notebook | 23 000 Kč |
| Tiskárna | 6 500 Kč |
| Telefon | 10 000 Kč |
| Kancelářské potřeby (řezačka, laminovačka, sešivačka, papíry, nůžky apod.) | 4 000 Kč |
| Balící potřeby (krabice, fólie, bublinové obálky, lepicí pásky, uzavírač kartónu, izolepy, lepicí štítky) | 4 500 Kč |
| Účetní program | 10 000 Kč |
| Zboží pořízené formou předobjednávek | 255 659 Kč |
| Celkem | 396 659 Kč |

Pramen: vlastní

Zboží pořízené formou předobjednávek

Obchod musí mít hned od počátku svého fungování co nabízet zákazníkům. Před vznikem společnosti podnikatel učinil závazné předobjednávky od dodavatelů. Předobjednávkami dosáhl lepších marží než v případě pozdější koupě ze skladu distribucí či výrobců. Dále měl jistotu, že bude dodáno zboží, které po průzkumu trhu vyhodnotil jako nedostatkové a v množství, které pokryje poptávku po něm.

Předobjednávka Indo boardů činila 72 492 Kč.

Předobjednávka longboardů byla za částku 104 019 Kč.

Předobjednávka servisního vybavení TOKO stála 39 330 Kč.

Předobjednávka sluchátek Skullcandy byla učiněna za 59 818 Kč.

Celkové náklady na nákup zboží formou předobjednávek byly ve výši 255 659 Kč.

6.4.3 Měsíční provozní náklady

Níže uvedená Tabulka 6.8 podává informace o měsíčních provozních nákladech. Mezi ty patří mzdy pracovníků, odvedené zdravotní a sociální pojištění za zaměstnance,

nájem včetně energie, náklady na propagaci, náklady na zásilkové služby a balicí potřeby.

Mzdové náklady

Hrubá mzda zakladatele společnosti je 20 000 Kč v roce 2012. Společnost platí za zaměstnance zdravotní a sociální pojištění ve výši 34%, které u zakladatele činí 6 800 Kč. Společnost dále zaměstnává jednoho pracovníka na dohodu o pracovní činnosti. Pracovník vykonává práci nejvýše 20 hodin týdně, dohoda o pracovní činnosti bude sjednána na dobu neurčitou s měsíční odměnou 2450 Kč.

Dohodu o pracovní činnosti může zaměstnavatel se zaměstnancem uzavřít, pokud rozsah práce nepřekračuje v průměru polovinu stanovené týdenní pracovní doby. To je posuzováno za celou dobu platnosti dohody, nejdéle však za 52 týdnů [11].

Od 1. 1. 2012 platí zaměstnanec i zaměstnavatel zdravotní, sociální a nemocenské pojištění až z měsíční odměny od 2 500 Kč, respektive do 2 499 Kč za měsíc zaměstnanec ani zaměstnavatel pojištění neplatí. To je velká výhoda oproti pracovnímu poměru [30]. Za pracovníka vykonávající práci na dohodu o pracovní činnosti tedy společnost pojištění neplatí.

Celkové měsíční mzdové náklady včetně pojištění dosahují v prvním roce podnikání výše 29 250 Kč.

Tabulka 6.8 Měsíční provozní náklady

| Položka | Cena |
|---|------------------|
| Mzdy | 22 450 Kč |
| Zdravotní a sociální pojištění | 6 800 Kč |
| Nájem (vč. energií) | 4 000 Kč |
| Propagace | 6 500 Kč |
| Zásilkové služby | 9 000 Kč |
| Balicí potřeby (krabice, fólie, bublinové obálky, lepicí pásky, uzavírač kartónu, izolepy, lepicí štítky apod.) | 4 500 Kč |
| Celkem | 53 250 Kč |

Pramen: vlastní

6.4.4 Zahajovací rozvaha

Základní kapitál 200 000 Kč byl splacen z vlastních prostředků zakladatele.

Zakladatel poskytl bezúročnou půjčku společnosti ve výši 600 000 Kč v době vzniku společnosti. Délka půjčky je stanovena na 3 roky. Ročně tedy bude splácena částka 200 000 Kč.

Každá společnost s ručením omezeným je ze zákona povinna vytvořit rezervní fond. Podle obchodním zákoníku, § 124 se rezervní fond tvoří z čistého zisku společnosti, a to minimálně do výše 10% základního kapitálu. Rezervní fond do výše 10% základního kapitálu lze použít pouze ke krytí ztrát společnosti [1]. Společnost vytvořila rezervní fond při vzniku společnosti ve výši 20 000 Kč.

Tabulka 6.9 Zahajovací rozvaha

| AKTIVA (v tis.) | | PASIVA (v tis.) | |
|---------------------------|------------|------------------------------|------------|
| Dlouhodobý majetek | | Vlastní kapitál | |
| Oběžný majetek | | Základní kapitál | 200 |
| Bankovní účet | 800 | Rezervní fond | 20 |
| Peníze v pokladně | 20 | Cizí kapitál | |
| | | Bezúročná půjčka zakladatele | 600 |
| Celkem | 820 | Celkem | 820 |

Pramen: vlastní

6.4.5 Odhad nákladů a výnosů podniku – reálný výhled na 3 roky

Výnosy

Výnosy tvoří tržby za prodané zboží a služby. Zboží objednané formou předobjednávky obchod většinou kupuje s marží 80%. Z částky za nákup zboží formou předobjednávky 255 659 Kč tedy obchod může teoreticky očekávat výnosy ve výši: 460 186 Kč. Tyto výnosy je však nutné ponížít o nabízenou internetovou slevu. Částka se tedy sníží o 5%. Reálné tržby z prodeje zboží z předobjednávky tedy činí 437 177 Kč. Další tržby jsou tvořeny prodejem zboží, které se doobjedná během roku. U doobjednávky je průměrná marže stanovena přibližně na 71%, musí se tedy počítat s nižším výnosem.

Tržby dále zahrnují prodej servisních služeb, které obchod poskytuje. Na základě poptávky po servisních službách v okolí podniku, obchod počítá s tržbami za prodej

služeb v roce 2012 ve výši 20 000 Kč, v roce 2013 ve výši 30 000 Kč a v roce 2014 pak ve výši 40 000 Kč.

Náklady

Náklady jsou tvořeny osobními náklady, nájemným, spotřebou materiálu, náklady na propagaci, odpisy, bezúročnou splátkou úvěru a ostatními provozními náklady.

Osobní náklady tvoří hrubé mzdy pracovníků a sociální a zdravotní pojištění. Kalkulace měsíčních mzdových nákladů pro rok 2012 za oba zaměstnance je uvedena v kapitole 6.4.3 měsíční provozní náklady – mzdové náklady. Společnost počítá s 5% růstem mzdy zakladatele za rok. V roce 2012 budou osobní náklady dosahovat výše 351 000 Kč, v roce 2013 výše 367 080 Kč v roce 2014 pak 383 964 Kč.

Spotřeba materiálu vykazuje každý rok mírný růst. Je to dáno hlavně zvyšujícím se počtem objednávek a tím zvyšující se potřeby obalového materiálu. Zároveň procentuální růst nákladu na materiál nedosahuje stejné výše jako růst počtu objednávek. To je dáno získáním výhodnějších smluv s dodavateli materiálu a zefektivněním balicích postupů objednávek.

Náklady na propagaci jsou uvedeny v kapitole 6.3.1 Marketingový mix – Propagace. Jejich výše bude s přibývajícím počtem stálých zákazníků stagnovat či pomalu.

Odpisy

Eshop patří do dlouhodobého nehmotného majetku odpisovaného. Doba odepisování závisí na tom, zda má účetní jednotka právo užívání na dobu určitou nebo neurčitou. Podnik má právo užívat na dobu neurčitou, odepisuje tedy rovnoměrně po dobu, která závisí na typu majetku. Eshop spadá do kategorie software a nehmotné výsledky výzkumu a vývoje, který má dobu odepisování 36 měsíců. Účetní odpisy jsou rovny daňovým odpisům.

Výše ročního odpisu: $63\ 000 / 3 = 21\ 000$ Kč.

Ostatní provozní náklady jsou tvořeny převážně náklady na zásilkové služby. I přes získání výhodnější smlouvy s primárním dopravcem v druhém roce podnikání bude jejich výše stoupat. To je dáno zdražováním těchto služeb obecně a zvyšujícím se počtem expedujících zásilek.

Provozní výsledek hospodaření je spočítán jako celkové výnosy minus celkové náklady. Z provozního výsledku hospodaření je vypočítána daň z příjmu právnických osob, která pro rok 2012 činí 19%.

Čistý výsledek hospodaření vznikne po odečtení daně z příjmu právnické osoby od provozního výsledku hospodaření. Na základě uvedených údajů, vezme-li se v potaz reálná varianta tržeb, by společnost měla docílit čistého hospodářského výsledku ve výši 121 014 Kč za rok 2012, 183 020 Kč za rok 2013 a 310 109 Kč za rok 2014. Ve všech uvedených letech navíc společnost splácí půjčku ve výši 200 000 Kč, která má velký vliv výsledek hospodaření. Dosažený zisk v jednotlivých letech bude ponechán ve společnosti jako zdroj samofinancování dalšího rozvoje.

Tabulka 6.10 Odhad nákladů a výnosů podniku – reálný výhled na 3 roky

| | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Náklady vynaložené na nákup zboží | 1 270 000 Kč | 1 391 014 Kč | 1 574 034 Kč |
| Osobní náklady | 351 000 Kč | 367 080 Kč | 383 964 Kč |
| Nájemné | 48 000 Kč | 48 000 Kč | 48 000 Kč |
| Spotřeba materiálu | 54 000 Kč | 59 400 Kč | 62 370 Kč |
| Propagace | 78 500 Kč | 76 930 Kč | 75 391 Kč |
| Odpisy | 21 000 Kč | 21 000 Kč | 21 000 Kč |
| Splátka úvěru | 200 000 Kč | 200 000 Kč | 200 000 Kč |
| Ostatní provozní náklady | 96 000 Kč | 102 720 Kč | 109 910 Kč |
| Náklady celkem | 2 118 500 Kč | 2 266 144 Kč | 2 474 670 Kč |
| Tržby za prodané zboží a služby | 2 267 900 Kč | 2 492 095 Kč | 2 857 521 Kč |
| Výnosy celkem | 2 267 900 Kč | 2 492 095 Kč | 2 857 521 Kč |
| Provozní výsledek hospodaření | 149 400 Kč | 225 951 Kč | 382 851 Kč |
| Daň z příjmu PO 19% | 28 386 Kč | 42 931 Kč | 72 742 Kč |
| Čistý výsledek hospodaření | 121 014 Kč | 183 020 Kč | 310 109 Kč |

Pramen: vlastní

7 Zhodnocení úspěšnosti realizace podnikání

Každý podnikatel by měl mít přehled o tom, jakých ekonomických výsledků může jeho podnik dosahovat alespoň v prvních několika letech podnikatelské činnosti.

Byly zpracovány tři varianty ekonomického vývoje podniku v následujících třech letech. Jedna z nich je optimistická, druhá reálná a třetí pesimistická.

7.1 Srovnání variant ekonomického vývoje podniku

Optimistická varianta je založena na tom, že počet zákazníků bude neustále růst a tím bude dosahováno vyšších tržeb z prodeje zboží a služeb. Náklady na propagaci se budou moci mírně snížit. Naopak mírně vzrostou náklady na poštovné a balné, což je dáno vyšším počtem odeslaných zásilek.

Tabulka 7.1 Přehled o nákladech a výnosech - Optimistická varianta

| | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Náklady vynaložené na nákup zboží | 1 270 000 Kč | 1 485 784 Kč | 1 839 472 Kč |
| Osobní náklady | 351 000 Kč | 367 080 Kč | 383 964 Kč |
| Nájemné | 48 000 Kč | 48 000 Kč | 48 000 Kč |
| Spotřeba materiálu | 59 000 Kč | 64 900 Kč | 68 145 Kč |
| Propagace | 78 500 Kč | 76 930 Kč | 75 391 Kč |
| Odpisy | 21 000 Kč | 21 000 Kč | 21 000 Kč |
| Splátka úvěru | 200 000 Kč | 200 000 Kč | 200 000 Kč |
| Ostatní provozní náklady | 101 000 Kč | 108 070 Kč | 115 635 Kč |
| Náklady celkem | 2 128 500 Kč | 2 371 764 Kč | 2 751 607 Kč |
| Tržby za prodané zboží a služby | 2 394 900 Kč | 2 808 416 Kč | 3 516 602 Kč |
| Výnosy celkem | 2 394 900 Kč | 2 808 416 Kč | 3 516 602 Kč |
| Provozní výsledek hospodaření | 266 400 Kč | 436 652 Kč | 764 995 Kč |
| Daň z příjmu PO 19% | 50 616 Kč | 82 964 Kč | 145 349 Kč |
| Čistý výsledek hospodaření | 215 784 Kč | 353 688 Kč | 619 646 Kč |

Pramen: vlastní

Kalkulaci reálné varianty se zabývá finanční plán v kapitole 6.4.5.

Pesimistická varianta počítá s tím, že zboží nepůjde na odbyt podle očekávání vycházející z průzkumu.

V tomto scénáři bude zakladatel nucen přistoupit k úsporným opatřením, krátkodobě snížit výdaje na nejnižší možnou hodnotu a zahájit agresivní marketingovou kampaň. Výdaje lze úspornými opatřeními snížit zhruba o 15 000 Kč měsíčně.

Kroky vedoucí k úsporám lze definovat jako:

- snížení platu společníka a s tím související pojištění za zaměstnance,
- úspora na balicím materiálu,
- úspora na kancelářském spotřebním materiálu,
- využití levnějších zásilkových služeb,
- upřednostnění předobjednávkové formy nákupu před nákupem ze skladů (vyšší marže).

Za tyto úspory je nutné navýšit náklady na reklamu a prezentaci obchodu, aby se obchod a nabízené zboží dostalo mezi zákazníky.

Možností také je, vzhledem k dostatečným finančním prostředkům zakladatele, zvážení další půjčky, která by poskytla obchodu delší prostor na rozvoj.

V pesimistickém scénáři končí společnost první rok ve ztrátě. V dalším roce už rostou celkové náklady pomalejším tempem oproti výnosům, které mají stoupající tendenci. Druhý i třetí rok je tak i v pesimistické variantě dosaženo zisku.

Tabulka 7.2 Přehled o nákladech a výnosech - Pesimistická varianta

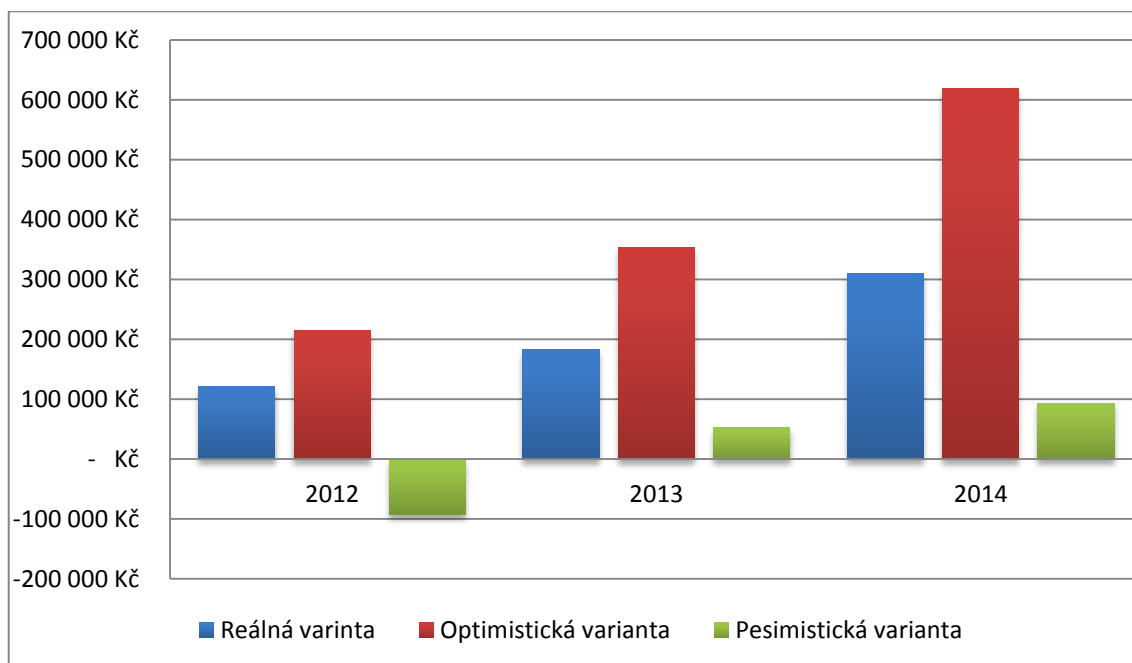
| | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Náklady vynaložené na nákup zboží | 1 270 000 Kč | 1 177 400 Kč | 1 230 129 Kč |
| Osobní náklady | 351 000 Kč | 367 080 Kč | 383 964 Kč |
| Nájemné | 48 000 Kč | 48 000 Kč | 48 000 Kč |
| Spotřeba materiálu | 47 000 Kč | 51 700 Kč | 54 285 Kč |
| Propagace | 78 500 Kč | 86 350 Kč | 84 623 Kč |
| Odpisy | 21 000 Kč | 21 000 Kč | 21 000 Kč |
| Splátka úvěru | 200 000 Kč | 200 000 Kč | 200 000 Kč |
| Ostatní provozní náklady | 91 000 Kč | 97 370 Kč | 104 186 Kč |
| Náklady celkem | 2 106 500 Kč | 2 048 900 Kč | 2 126 187 Kč |
| Tržby za prodané zboží a služby | 2 013 900 Kč | 2 113 998 Kč | 2 241 932 Kč |
| Výnosy celkem | 2 013 900 Kč | 2 113 998 Kč | 2 241 932 Kč |
| Provozní výsledek hospodaření | - 92 600 Kč | 65 098 Kč | 115 744 Kč |
| Daň z příjmu PO 19% | - Kč | 12 369 Kč | 21 991 Kč |
| Čistý výsledek hospodaření | - 92 600 Kč | 52 729 Kč | 93 753 Kč |

Pramen: vlastní

Při srovnání jednotlivých scénářů je patrné, že největší vliv na dosažení zisku má počet získaných zákazníků a potažmo vyřízené objednávky. I v pesimistické variantě vývoje je možné, díky nízkým nákladům při vstupu do podnikání a bezúročné půjčky od zakladatele ve výši 600 000 Kč, dosáhnout zisku již druhý rok od vzniku společnosti.

Výše zisku je sice minimální, ale vezmeme-li v úvahu relativně malý objem vložených finančních prostředků do podnikání, jedná se o pozitivní vývoj.

Obrázek 7.1 Srovnání dosaženého zisku/ztráty jednotlivých variant ekonomického vývoje



Pramen: vlastní

7.2 Zhodnocení podnikatelského záměru

Na základě provedených analýz, je možné konstatovat, že podnikatelský záměr založení společnosti, zabývající se internetovým prodejem sportovního vybavení, se projevil jako životaschopný. V daném odvětví lze očekávat stále zvyšující se poptávku a je tak vhodné pro založení nové společnosti. Zásadní vliv zde má získání dostatečného počtu zákazníků.

Pro začátek podnikání i financování provozu společnosti se jeví počáteční investice jako dostatečná a to nejen pro optimistickou, ale i pro pesimistickou nebo realistickou variantu.

Vzhledem ke konkurenčnímu prostředí je vhodné připomenout, že společnost má na trhu z pohledu zastoupení obdobného sortimentu jediného vážného konkurenta.

Směr dalšího vývoje společnosti bude záležet na výši dosaženého zisku. V prvních třech letech bude případný zisk reinvestován k dalšímu rozvoji společnosti. Obchod hodlá

tyto prostředky využít k rozšíření nabízeného sortimentu a zkvalitnění poskytovaných služeb. Podle vývoje v dalších letech společnost zváží možnost výplaty zisku vlastníkovi ve výši 20-30 %.

Hlavní rozvoj společnosti zakladatel spatřuje v prohloubení především už zařazených produktových řad podle aktuálních trendů v odvětví. Společnost se bude dál snažit předvídat tyto trendy a reagovat na ně.

Závěr

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou vzniku podnikatelského subjektu na základě realizace konkrétního podnikatelského záměru.

Hlavním cílem práce byla realizace podnikového plánu od výběru formy podnikání a analýzy odvětví přes zpracování marketingového a finančního plánu až po celkové zhodnocení podnikatelského záměru.

Na úvod byly vysvětleny základní pojmy, rozebrány předpoklady úspěchu začínající firmy a představeny právní předpisy v kontextu jejich dalších užití.

Z právních forem podnikání byla na základě stanovených kritérií zakladatelem vybrána společnost s ručením omezeným. V navazující části je popsán proces založení společnosti včetně všech administračních úkonů.

Dále se již práce zabývá realizací konkrétního podnikatelského plánu pro společnost 4RIDERS, s.r.o., jejímž předmětem činnosti je internetový prodej se zaměřením na inovativní a specializované sportovní vybavení.

V kapitole analýza odvětví bylo zjištěno několik pozitivních faktů. Z rozboru tržní situace vyplynulo, že atraktivita nákupů přes internet vykazuje trvale stoupající trend, což samo o sobě značí příznivé podmínky pro založení internetového obchodu. Rovněž lze na základě statistických dat konstatovat, že nákup sportovního vybavení přes internet je rok od roku vyšší. Z analýzy konkurence vzešel společnosti jediný konkurent, oproti kterému disponuje zamýšlený obchod několika výhodami. Konkurence rovněž dostatečně nevyužívá potenciál trhu. Z následné SWOT analýzy vzešly cenné informace, které pomohly společnosti upřesnit směr dalšího vývoje.

Významnou část podnikatelského plánu tvoří marketingový plán. V něm je detailně zpracován marketingový mix, který v sobě zahrnuje charakteristiku nabízeného zboží, jeho tvorbu cen a velmi důležitou stránku propagace a prezentace internetového obchodu.

Za zásadní lze označit závěry finančního plánu. Z nich je patrné, že společnost je schopna fungovat a dosáhnout zisku. Výše zisku je samozřejmě závislá na úspěšnosti marketingové strategie při získávání nových zákazníků, potažmo objednávek.

Autor práce tak splnil všechny stanovené cíle práce, které si předsevzal.

Motto: Vypracování podnikatelského plánu či ekonomické analýzy může někdo považovat za ztracený čas, ale život přeje připraveným.

Seznam tabulek

| | |
|--|----|
| Tabulka 3.1 Srovnání podnikání prostřednictvím s.r.o. a živnosti | 24 |
| Tabulka 6.1 Strategické cíle společnosti 4RIDERS, s.r.o. | 35 |
| Tabulka 6.2 SWOT analýza společnosti 4RIDERS, s.r.o. | 43 |
| Tabulka 6.3 Předobjednávková sleva značky TOKO | 48 |
| Tabulka 6.4 Tvorba ceny servisní sady Základ | 49 |
| Tabulka 6.5 Porovnání služeb Zboží Základní a Zboží Standard..... | 54 |
| Tabulka 6.6 Náklady na založení podniku..... | 63 |
| Tabulka 6.7 Počáteční náklady na provozování činnosti..... | 64 |
| Tabulka 6.8 Měsíční provozní náklady..... | 65 |
| Tabulka 6.9 Zahajovací rozvaha | 66 |
| Tabulka 6.10 Odhad nákladů a výnosů podniku – reálný výhled na 3 roky..... | 69 |
| Tabulka 7.1 Přehled o nákladech a výnosech - Optimistická varianta | 70 |
| Tabulka 7.2 Přehled o nákladech a výnosech - Pesimistická varianta..... | 71 |

Seznam obrázků

| | |
|---|----|
| Obrázek 2.1 Aspekty rozhodovacího procesu o založení vlastního podniku | 12 |
| Obrázek 6.1 Logo společnosti 4RIDERS, s.r.o. | 33 |
| Obrázek 6.2 Nákupy přes internet pro soukromé účely v ČR v letech 2005-2009 | 37 |
| Obrázek 6.3 Oblečení a sportovní potřeby objednané přes internet pro soukromé účely v ČR v letech 2005-2009 | 38 |
| Obrázek 6.4 Marketingový mix 4P | 45 |
| Obrázek 6.5 Náhled eshopu 4RIDERS | 51 |
| Obrázek 6.6 Zdroje návštěvnosti www.4riders.cz v období 27. 3. - 26. 4. 2012 | 52 |
| Obrázek 6.7 Certifikát Ověřeno zákazníky | 54 |
| Obrázek 6.8 Propagační leták na podporu prodeje longboardů | 56 |
| Obrázek 6.9 Slevový kupón na příští nákup | 57 |
| Obrázek 6.10 Prostředí Google Analytics | 62 |
| Obrázek 7.1 Srovnání dosaženého zisku/ztráty jednotlivých variant ekonomického vývoje..... | 72 |

Seznam zkratk

MOC – maloobchodní cena

VOC – velkoobchodní cena

FB - facebook

SEO (Search Engine Optimization) – optimalizace internetových stránek pro internetové vyhledávače

Seznam použité literatury

- [1] Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.
- [2] **Synek, Miloslav a kolektiv.** *Podniková ekonomika 4. přepracované a doplněné vydání.* Praha : C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-892-4.
- [3] **Veber, Jaromír, Srpová, Jitka a kolektiv.** *Podnikání malé a střední firmy 2., aktualizované a rozšířené vydání.* Praha : Grada Publishing, a.s., 2008. ISBN 978-80-247-2409-6.
- [4] **Wöhe, Günter a Kislíngrová, Eva.** *Úvod do podnikového hospodářství, 2. přepracované a doplněné vydání.* Praha : C. H. Beck, s. r. o., 2007. ISBN 978-80-7179-897-2.
- [5] **Koráb, Vojtěch a Mihalisko, Marek.** *Založení a řízení společnosti.* Brno : Computer Press, a. s., 2005. ISBN 80-251-0592-X.
- [6] **Srpová, Jitka, Řehoř, Václav a kolektiv.** *Základy podnikání, teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů.* Praha : Grada Publishing, a.s., 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
- [7] Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.
- [8] Zákon č. 563/2001 Sb., o účetnictví.
- [9] Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů.
- [10] Zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty.
- [11] Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce.
- [12] Zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů.
- [13] Úřad pro ochranu osobních údajů. *uoou.cz.* [Online] [Citace: 24. 4 2012.] <http://uoou.cz>.
- [14] **Wupperfeld, Udo, Nissen, Frank a Hauf, Michael.** *Podnikatelský plán pro úspěšný start.* Praha : Management Press, s.r.o., 2003. ISBN 80-7261-075-9.
- [15] Vyhláška Ministerstva spravedlnosti České republiky č. 196/2001 Sb., o odměnách a náhradách notářů a správců dědictví. *Notářská komora ČR.* [Online] [Citace: 15. 4 2012.] http://www.nkcr.cz/doc/main/Not_tarif.pdf.

- [16] mBank. *mBank*. [Online] [Citace: 24. 4 2012.] <http://www.mbank.cz>.
- [17] **Ministerstvo spravedlnosti ČR**. Pokyny k vyplnění formuláře pro podání návrhu na zápis nebo zápis změny. *Justice*. [Online] [Citace: 16. 4 2012.] <http://portal.justice.cz/justice2/ms/ms.aspx?j=33&o=23&k=2299&d=47038>.
- [18] **Hisrich, Robert D. a Peters, Michael P.** *Založení a řízení nového podniku*. Praha : Victoria Publishing, a.s., 1996. ISBN 80-85865-07-6.
- [19] **Koráb, Vojtěch, Peterka, Jiří a Režňáková, Mária.** *Podnikatelský plán, kroky k sestavení úspěšného plánu*. Brno : Computer Press, a.s., 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [20] **Donnelly, James H., Gibson, James G. a Ivancevich, John M.** *Management*. Praha : Grada Publishing, 1997. ISBN 80-7169-422-3.
- [21] forpsi. *www.forpsi.cz*. [Online] [Citace: 25. 4 2012.] <https://www.forpsi.com>.
- [22] **EUROSTAT**. Informační technologie v domácnostech a mezi jednotlivci. *Český statistický úřad*. [Online] 2010. [Citace: 26. 4 2012.] http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/domacnosti_a_jednotlivci.
- [23] **Kotler, Philip.** *Marketing management*. Děčín : VICTORIA PUBLISHING, a.s., 1991. ISBN 80-85605-08-2.
- [24] RobertNemec.com. *robertnemec.com*. [Online] [Citace: 26. 4 2012.] <http://www.robertnemec.com>.
- [25] **Kotler, Philip a Armstrong, Gary.** *Marketing*. Praha : Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0513.
- [26] **Janouch, Viktor.** *Internetový marketing*. Brno : Computer Press, a.s., 2010. ISBN 978-80-251-2795-7.
- [27] Google Analytics. *Google Analytics*. [Online] [Citace: 2012. 4 27.] <https://www.google.com/analytics>.
- [28] Seznam.cz Nápověda. *Seznam.cz Nápověda*. [Online] [Citace: 28. 4 2012.] <http://napoveda.seznam.cz>.
- [29] Heureka! *Heureka!* [Online] [Citace: 28. 4 2012.] <http://www.heureka.cz>.
- [30] jakpodnikat. *jakpodnikat*. [Online] [Citace: 30. 4 2012.] <http://www.jakpodnikat.cz>.

- [31] **HAVIT, s.r.o.** Společnost s ručením omezeným. *business.center.cz*. [Online]
[Citace: 15. 4 2012.] <http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/sro/zalozeni.aspx>.
- [32] *e-SRO.cz*. [Online] [Citace: 18. 4 2012.] <http://www.e-sro.cz/nazev-spolecnosti-firma.htm>.
- [33] *Justice.cz*. *Justice.cz*. [Online] [Citace: 20. 4 2012.] <http://portal.justice.cz>.
- [34] *sklik.cz*. *sklik.cz*. [Online] seznam, a.s. [Citace: 28. 4 2012.] <https://www.sklik.cz>.
- [35] *Lipno.info*. *Lipno.info*. [Online] [Citace: 28. 4 2012.] <http://www.lipno.info>.
- [36] *Podnikatel.cz*. *Podnikatel.cz*. [Online] [Citace: 29. 4 2012.] <http://www.podnikatel.cz>.

Seznam příloh

Příloha A: Obchodní podmínky společnosti 4RIDERS, s.r.o.

Příloha B: Produktový mix obchodu 4RIDERS

Příloha C: Ceník servisních služeb obchodu 4RIDERS

Příloha D: Výsledky dotazníku z Heureka na 4RIDERS

Příloha E: Detail obchodu 4RIDERS na Heureka.cz

Příloha F: Náhled FB stránky obchodu 4RIDERS

Příloha A: Obchodní podmínky společnosti 4RIDERS, s.r.o.

Obchodní podmínky

Níže uvedené obchodní podmínky jsou platné pro nákup zboží v internetovém obchodě 4RIDERS provozovaným společností 4RIDERS, s.r.o.

Ceny zboží

Všechny ceny produktů, které jsou uvedeny v eshopu 4RIDERS, jsou konečné včetně DPH. Prodejní ceny zboží jsou platné pro den, ve kterém byla objednávka učiněna.

Ochrana osobních údajů

Dodržujeme zákon číslo 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a informací. Veškeré informace a osobní data Vámi poskytnutá využijeme výhradně k Vaší identifikaci v obchodním styku. V žádném případě Vaše osobní data nebudou poskytnuta třetím stranám vyjma údajů nutných k zpracování a doručení objednávky.

Výhody a slevy

Ke každé objednávce dáváme samolepky, katalogy a jiné promo materiály. Upozornění: slevy nelze kombinovat s ostatními slevami v eshopu. Vždy platí nejvyšší sleva. Vyhrazujeme si právo na změnu systému slev bez předchozího upozornění.

Slevové kupóny

Ke každému nákupu zboží nad 1000 Kč obdržíte slevový kupón na 5% slevu, který je možné uplatnit na příští nákup. Sleva se vztahuje i na zlevněné zboží. Např. pokud je zboží na eshopu zlevněno o 5%, po zadání slevového kupónu bude Vaše sleva činit 10%. Pro uplatnění slevového kupónu napište jeho kód v souhrnu objednávky před odesláním do pole „Slevový kupón“. Sleva Vám poté bude odečtena z celkové sumy.

Slevové kupóny se vzájemně nesčítají a nelze je uplatnit zpětně.

Sleva pro studenty

Sleva pro studenty 15%! Slevu pro studenty můžete využívat až do okamžiku, kdy sleva na zboží není vyšší než 15%. Sleva se počítá z původní ceny zboží (uvedena u každého zboží). Příklad: pokud je zboží zlevněno o 5%, po zaslání studentské karty Vám bude cena snížena o dalších 10%. Pokud je zboží zlevněno o 30%, slevu pro studenty již nelze uplatnit. Pro uplatnění slevy uveďte do poznámky na konci objednávky „SLEVA STUDENT“. Kopii karty či průkazu (ISIC, index, žákovský průkaz pro studentskou slevu v dopravě...) zašlete ihned po provedení objednávky na mail info@4riders.cz Na studentském průkazu musí být čitelně uvedeno Vaše jméno a musí z něj být patrné, že v daném roce studujete.



Sleva na komplety

V případě, že si u nás koupíte současně desku a vázání nebo desku a boty, získáte slevu 15%, pokud si u nás koupíte snb komplet (deska, vázání a boty) získáte slevu 20%! Sleva se počítá z maloobchodních cen, které jsou uvedeny u každého zboží (viz původní cena). V případě vrácení zboží koupeného se slevou na komplety, bude sleva odečtena z vrácené částky.

Jak nakupovat

Registrace a přihlášení

Registrace v našem obchodě je dobrovolná.

Jak se zaregistrovat

Registraci provedte kliknutím na tlačítko „Můj účet“ v pravé horní části obrazovky. Otevře se menu, kde dole najdete „Registrace“. Ukáže se Vám formulář, kam je nutné vyplnit všechny povinné údaje označené hvězdičkou. Poté, co formulář odešlete, Vám přijde na Váš email potvrzení o úspěšně provedené registraci spolu s Vašimi přihlašovacími údaji.

Jak se přihlásit

Po obdržení emailu s přihlašovacími údaji se můžete na našich stránkách přihlásit.

Klikněte na tlačítko „Můj účet“ v pravé horní části stránky a do přihlašovacího okna vyplňte Vaše přihlašovací jméno a heslo.

Náhled zboží

V náhledu každého zboží je uvedena jeho původní cena, případná sleva či akce a konečná cena. Nově naskladněné zboží je označeno popiskem "NEW". Upozornění: Z technických důvodů nejsme schopni zaručit barevnou věrnost zveřejněných fotografií.

Nákup zboží

Vyberte si zboží a klikněte na jeho název nebo fotografii. Zobrazí se Vám podrobné informace o produktu (původní cena, sleva, kolik ušetříte, Vaše cena, dostupnost, nabízené velikosti, popis zboží).

Nyní stačí, když si vyberete Vámi požadovanou velikost v roletce u tlačítka "Přidat do košíku" a ukáže se Vám dostupnost zboží.

Poté, co si vyberete požadovanou velikost, klikněte na tlačítko „Přidat do košíku“. Zboží tím nezávazně vložíte do košíku, kdykoliv ho pak můžete vyjmout, aniž byste ho objednali. Poté můžete dále vybírat zboží, nebo přejít rovnou k objednávce.

Košík

Pokud chcete dokončit nákup, vstupte do košíku pomocí ikony košík (na stránce nahoře vpravo).

V košíku uvidíte přehledně zobrazen výpis všeho zboží, které jste do něj doposud vložili a celkovou cenu za zboží. K této ceně se později přičte podle způsobu placení a místa doručení částka za poštovné.

Nyní máte možnost objednávku upravit, u libovolné položky můžete změnit počet kusů, případně zboží z košíku odstranit.

Ve chvíli, kdy už nebudete chtít v košíku nic měnit, klikněte na tlačítko „Pokračovat“.

Kontaktní údaje

Nyní se Vám objeví tabulka pro zadání kontaktních údajů. Jste-li zaregistrovaný a přihlášený uživatel, údaje budou již automaticky vyplněny. Pokud jste nový zákazník, budete vyzván k vyplnění fakturačních údajů.

Platba a dodání

Nyní vyberte způsob platby (dobírkou, hotově nebo převodem na účet).

Shrnutí objednávky

Zde naleznete shrnutí objednávky s vybraným zbožím, celkovou cenou včetně poštovného a Vaší dodací adresou. Máte zde možnost vložit poznámku k objednávce. Poté, co si všechny údaje zkontrolujete, objednávku odešlete. V tuto chvíli se stává objednávka závaznou.

Potvrzení objednávky

Po odeslání objednávky obdržíte email se souhrnem Vaší objednávky. Pokud jste vybrali platbu převodem na účet, můžete nyní objednávku zaplatit.

Způsob platby

Částku za zboží můžete uhradit dobírkou, tedy v hotovosti při převzetí zásilky od České pošty, převodem na účet nebo hotově při osobním převzetí.

Při nákupu nad 2.500 Kč je poštovné ZDARMA!

Dobírka

Zásilku platíte hotově při převzetí od doručovatelské služby (Česká pošta).

Při platbě dobírkou činí poštovné 99 Kč.

Převod na účet

Částku pošlete na účet číslo: 670100-2208316011/6210 (BRE Bank S.A. - mBank), jako variabilní symbol doplňte číslo Vaší objednávky, do poznámky napište Vaše jméno. Ihned po obdržení platby bude zboží expedováno na Vaši dodací adresu. Převod na účet trvá maximálně 2 dny.

Při platbě přes bankovní účet činí poštovné 79 Kč.

Hotově při osobním odběru

V případě platby hotově při osobním převzetí mějte prosím částku předem připravenou.

Platební karty

Platba kartou je momentálně nedostupná. Na zprovoznění pracujeme.

Doručení

Vámi vybrané zboží doručujeme prostřednictvím České pošty.

Při nákupu nad 2.500 Kč je poštovné ZDARMA!

Zboží, které je skladem, expedujeme nejpozději následující pracovní den (zda je zboží skladem, případně délka dodací lhůty, je uvedeno přímo u každého výrobku).

Zboží je obvykle doručeno druhý den po podání zásilky. V případě, že Vás doručovatel na uvedené adrese nezastihne, měl by Vám zanechat informaci o neúspěšném pokusu o doručení a zásilku uloží na příslušné poště, kde si ji můžete vyzvednout. Balík do ruky je na poště uložen 7 dní. V případě, že si zásilku na poště nevyzvednete a bude vrácena zpět k nám, bude Vám poštovné naúčtováno ve skutečné výši.

Osobní odběr

Na osobním odběru je nutné se s námi předem domluvit a poté uvést do poznámky v objednávce „OSOBNÍ ODBĚR“. K domluvě můžete využít jakýkoliv kontakt na náš obchod.

Výdejní místo se nachází Českém Krumlově. Poštovné v tomto případě samozřejmě neplatíte.

4RIDERS

U Vlaštovičnicku 145

381 01, Český Krumlov

Pro zobrazení na mapě klikněte: [zde](#)

Sledování zásilky

Na internetové stránce www.ceskaposta.cz nebo na bezplatné telefonní lince 800 177 889 můžete sledovat, kde se zrovna Vaše zásilka nachází. Číslo zásilky Vám sdělíme na požádání. Informace o cestě zásilky jsou dostupné následující den po dni podání zásilky.

Doprava na Slovensko

Zboží na Slovensko zasíláme Českou poštou na dobírku. Zásilku platíte hotově při převzetí od Slovenské pošty v aktuálním kurzu eura. Při nákupu do 5.000 Kč je poštovné 199 Kč, při nákupu nad 5.000 Kč je poštovní zdarma.

Reklamacce zboží

Při převzetí zásilky ihned zkontrolujte, zda je obal neporušen. Poškozený obal reklamujte přímo u přepravce. Ostatní nesrovnalosti v zásilce nám nahlaste co nejdříve, avšak nejpozději do následujícího pracovního dne od doručení.

Lhůta pro uplatnění reklamacce (záruční doba) je 24 měsíců a začíná běžet v okamžiku převzetí zboží kupujícím.

Záruka se nevztahuje na škody způsobené nesprávným použitím a skladováním zboží, mechanickým poškozením nebo běžným opotřebením zboží či v důsledku neprovádění nutné údržby.

Při zjištění závady je nutno přestat zboží používat a ihned uplatnit reklamaci. Pokud tak neučiníte a způsobíte tím rozsáhlejší poškození, nebude reklamacce uznána.

Reklamacce bude vyřízena nejpozději do 30 dnů od jejího obdržení.

K reklamovanému zboží přiložte kopii faktury, průvodní dopis s Vaší adresou, telefonem, emailem, popisem závady a stručným vysvětlením jak k závadě došlo. Zboží musí být čisté a suché, jinak bude vráceno zpět!

Reklamované zboží k nám zasílejte jako obyčejnou zásilku, na dobírku nebude přijato!

Adresa pro reklamaci:

4RIDERS.CZ

Miloslav Sirový

U Vlaštovičnicku 145

381 01 Český Krumlov

Výměna a vrácení zboží

Do 14 dnů od převzetí zásilky můžete zboží bez udání důvodu vrátit nebo požadovat jeho výměnu za jiné.

Zboží musí být v původním obalu, se všemi visačkami, nepoškozené, nepoužité, čisté, schopné dalšího prodeje. Propagační materiály si můžete ponechat.

Zboží zasílejte zpět jako obyčejnou zásilku. Dobírky nebudou přijaty!

Adresa pro výměnu a vrácení zboží je stejná jako pro reklamaci.

Výměna zboží

Ke zboží přiložte kopii faktury a průvodní dopis s Vaší adresou, telefonem, emailem a přesným popisem zboží, které chcete poslat výměnou za zboží vrácené – značka, model,

barva, velikost. Na výměně je vhodné se dopředu dohodnou telefonem a zarezervovat si tak požadované zboží.

Zboží vám vyměníme a obratem pošleme. Při výměně hradí zákazník poštovné 79 Kč.

Vrácení zboží

Ke zboží přiložte kopii faktury a průvodní dopis s Vaší adresou, telefonem, emailem a číslem bankovního účtu, na který Vám peníze vrátíme. Peníze Vám budou vráceny na Váš účet do 2 týdnů od přijetí zboží.

Vrácení peněz se nevztahuje na poštovné, vrací se vždy jen cena zboží. V případě, že objednávka přesáhne 2.500 Kč, kdy zákazník neplatí poštovné a chce zboží vrátit, vracíme částku za zboží bez poštovného ve skutečné výši.

V případě, že si nepřejete vrátit peníze na účet, lze je vrátit i poštovní poukázkou. V tomto případě je naúčtován manipulační poplatek 50 Kč, který se odečte z vrácené částky.

Pokud je platba provedena převodem na účet, manipulační poplatek neplatíte.

Příloha B: Produktový mix obchodu 4RIDERS

- Indo Boardy – dle cenové hladiny
 - modelová řada Original
 - modelová řada Kicktail
 - modelová řada Rocker
 - modelová řada Pro
 - příslušenství
- Longboardy – dle funkce
 - Komplety
 - Desky
 - Trucky
 - Kola
 - Příslušenství
- Servisní vybavení – dle funkce
 - Servisní sady
 - Žehličky
 - Vosky
 - Škrabky
 - Kartáče
 - Broušení hran
 - Upínání
 - Odstraňovače vosku
 - Impregnace, prací gely
 - Náhradní díly
- Sportovní sluchátka – dle způsobu použití
 - Náhlavní
 - In-ear
 - Pecky
- Servisní služby – dle funkce
 - Voskování skluznice
 - Seřízení a montáž vázání
 - Broušení hran (hrany + skluznice + vosk)
 - Oprava poškození
 - Poradentství

Příloha C: Ceník servisních služeb obchodu 4RIDERS

| Ceník servisu sjezdových lyží | |
|--|--------|
| Malý lyžařský servis - lyže do velikosti 130 cm (broušení skluznice, úhlování hrany, finální struktura + napuštění voskem) | 290 Kč |
| Velký lyžařský servis - lyže do velikosti 130 cm (malý lyžařský servis + oprava rýh natavením hmoty) | 390 Kč |
| Malý lyžařský servis - carvingová lyže (broušení skluznice, úhlování hrany, tuning spodní hrany, finální struktura + napuštění voskem) | 390 Kč |
| Velký lyžařský servis - carvingová lyže (malý lyžařský servis + oprava rýh natavením hmoty) | 490 Kč |
| Závodní lyžařský servis I. (broušení skluznice, komplexní úprava hrany, závodní struktura kombinovaná - šikmá + napuštění voskem) | 690 Kč |
| Ceník servisu snowboardů | |
| Malý snowboardový servis (broušení skluznice, úhlování hrany, finální struktura + napuštění voskem) | 450 Kč |
| Velký snowboardový servis (malý snowboardový servis + oprava rýh natavením hmoty) | 550 Kč |
| Ceník servisu běžeckých lyží | |
| Běžecký servis - turistická lyže (broušení skluznice, struktura + napuštění voskem) | 200 Kč |
| Ceník doplňkových prací servisu | |
| Montáž sjezdového vázání na lyže | 160 Kč |
| Montáž běžeckého vázání | 120 Kč |
| Demontáž sjezdového/běžeckého vázání | 50 Kč |
| Zaslepení díry | 3 Kč |
| Seřízení sjezdového vázání | 100 Kč |
| Oprava vytrženého šroubu u lyže | 100 Kč |
| Mazání strojově – lyže/běžky | 100 Kč |
| Mazání strojově – snowboard | 100 Kč |
| Parafinování, zažehlení ručně – lyže/snowboard/běžky | 150 Kč |
| Parafinování, zažehlení ručně – lyže/snowboard/běžky – vlastní vosk | 100 Kč |
| Výsek skluznice | 200 Kč |
| Ostatní práce (každých započatých 15 minut) | 70 Kč |

Příloha D: Výsledky dotazníku z Heureka na 4RIDERS

Vážený obchodní partnere,
zasíláme Vám výsledky dotazníku pro obchod 4RIDERS.CZ od zákazníka, který odpověděl následovně:

V jakém stavu je Vaše objednávka?
zboží jsem objednal(a) a dorazilo

Jak jste spokojen(a) s délkou dodací lhůty?
známka 5 z 5ti.

Jak hodnotíte kvalitu dopravy zboží?
známka 5 z 5ti.

Jakou dopravu zboží jste využili?
Česká Pošta

Dorazilo zboží v pořádku?
ano

Budete zboží vracet?
ne

Kolikrát jste již nakoupil(a) v obchodě?
toto byl první nákup

Jak hodnotíte přehlednost obchodu?
známka 5 z 5ti.

Jak hodnotíte kvalitu komunikace obchodu?
známka 5 z 5ti.

Doporučil(a) byste obchod svým známým?
doporučuji

Jaká je Vaše celková spokojenost s obchodem?
známka 5 z 5ti.

Jaké hlavní výhody podle Vás obchod nabízí?
Rychlost objednávky a doručení, skvělá komunikace, přehlednost obchodu

Jaké hlavní slabiny má podle Vás tento obchod?
Na žádné jsem nenašel.

Jak byste shrnul(a) Váš názor na obchod pro ostatní nakupující?
Jeden z nejlepších obchodů v tomto segmentu zboží. Celková přehlednost obchodu, jednoduchost výběru zboží a vyplnění objednávky jsou excelentní. Pokud budu příště nakupovat jakékoliv zboží v této kategorii, 4RIDERS.cz bude jedním z prvních obchodů kam se podívám.

Příloha E: Detail obchodu 4RIDERS na Heureka.cz

4RIDERS.CZ



www.4riders.cz



Co to je?

Obchod ověřený zákazníky

| | |
|---------------------|-------|
| celková spokojenost | ★★★★★ |
| dodací lhůta | ★★★★★ |
| přehlednost obchodu | ★★★★☆ |
| kvalita komunikace | ★★★★★ |

100 % zákazníků by doporučilo obchod svým známým

100 % zákazníků dorazilo zboží do 10 dnů

Recenze (62)

Diskuse (1)

Akcční zboží

Informace



Obchod 4RIDERS.CZ získal díky spokojenosti ověřených zákazníků prestižní certifikát Ověřeno zákazníky.

Recenzi na tento obchod mohou psát pouze ověřeni zákazníci - tím máte jistotu pravdivosti recenzí.

Hodnocení lze učinit vyplněním dotazníku spokojenosti, který zákazníkům přijde po nákupu.

[Více o Ověřeno zákazníky](#)

Recenze 4RIDERS.CZ

| | poslední 3 měsíce | celkem |
|-----------|-------------------|--------|
| ★★★★★ | 81 % | 84 % |
| ★★★★☆ | 17 % | 12 % |
| ★★★★☆ | 2 % | 4 % |
| ★★★★☆ | | |
| ★★★★☆ | | |
| Hodnotilo | 59 | 174 |

5% zákazníků v obchodě nakoupilo více než jednou

100% zákazníků dorazilo zboží v pořádku

2% zákazníků zboží vrací protože bylo poškozené

3% zákazníků vrací zboží z jiného důvodu



Tomas

Přidáno: 24. dubna 2012

Reagovat

90% ★★★★★

+ Přehledný výběr a slevy pro studenty.

V obchodě jsem nakoupil, ale prkno se rozlepilo. Převedli mě přímo na výrobce kde jsme reklamaci bez problému vyřešili a prkno bylo vyměněno.

Určitě bych ostatním tento e-shop doporučil.



Doporučuje obchod

★★★★☆ dodací lhůta

★★★★★ přehlednost obchodu

★★★★★ kvalita komunikace

Příloha F: Náhled FB stránky obchodu 4RIDERS



4R
www.4RIDERS.cz

4RIDERS.CZ
To se mi líbí (260) · Počet lidí, kteří o tom mluví: 1

Výrobek/Služba
www.4RIDERS.cz

O mně Fotky To se mi líbí Poznámky

Nejdůležitější

Příspěvek Fotka/video

Napište něco...

4R 4RIDERS.cz sdílel(a) odkaz.
Před 7 hodinami

Využijete nabídky se svézt zadarmo? Park vypadá furt dobře!

 **Prvomájové lyžování na Mísečkách zdarma - Pozvánky a akce - SNOW.CZ - lyže, lyžování, sníh**
snow.cz

Sjezdové lyžování, carving, skialpinismus, telemark, snowboarding - články na portálu SNOW.CZ

To se mi líbí · Přidat komentář · Sdílet

4R 4RIDERS.cz sdílel(a) odkaz prostřednictvím uživatele Custom Boards.
Před 7 hodinami

Jezdíte taky takhle? Třeba se právě vy stanete dalším členem ABEC11 týmu ;)

 **Welcome to Abec11 Matt Arderne- ABEC 11/GRN TM**
www.youtube.com

Matt Arderne picks up a very important box from Abec11 secret HQ, Check out what's inside! Setup Wheels - Abec11 Zigzags 81a / Flashbacks 81a Board

To se mi líbí · Přidat komentář · Sdílet

 Toto se líbí uživatelům Tereza Láškumi Šteklová a Markéta Kuzníková.

Napište komentář...

71 Přátel
To se mi líbí - 4RIDERS.cz

 +62

To se mi líbí Zobrazit vše

 **neff** Neff Headwear
To se také přátelům (1 přítel) líbí.

 **Skullcandy**
To se také přátelům (Přátel: 7) líbí.

 **RED** Výrobek/Služba To se mi líbí

 **Chimpanzee**
To se také přátelům (Přátel: 5) líbí.

 **Electric Visual**
To se také přátelům (Přátel: 2) líbí.

4R 4RIDERS.cz sdílel(a) odkaz.
středa

Do pozornosti Vám dáváme parodii na film Art of Flight! :) Stojí za zhlédnutí!

 **Science of Airborne - Art of Flight spoof**
vimeo.com

A spoof of the snowboard film Art of Flight: Voleurz submission to the Intersection 7-day film contest during the 2012 WSSF in Whistler. SOUNDTRACK "Neon Invasion" as performed by Neon Plastix From

To se mi líbí · Přidat komentář · Sdílet

Abstrakt

SIROVÝ, M. *Vznik podnikatelského subjektu na základě realizace konkrétního podnikatelského záměru*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 81 s., 2012

Klíčová slova: podnikatelský záměr, marketingový plán, finanční plán, založení podniku, SWOT analýza

Práce řeší po teoretické i praktické stránce realizaci podnikového plánu pro společnost podnikající v oblasti internetového prodeje specializovaného sportovního vybavení. Komplexně je popsán postup založení společnosti od výběru formy podnikání a analýzy odvětví přes zpracování marketingového a finančního plánu až po celkové zhodnocení podnikatelského záměru. Práce je založena na reálných zkušenostech s vybudováním internetového obchodu 4riders.cz, který sloužil jako podklad pro práci.

Abstract

SIROVÝ, M. *Establishing of business entity based on the realization of a specific business plan*. Bachelor work. Pilsen: Faculty of economics UWB, 81 p., 2012

Keywords: business plan, marketing strategy, financial plan, company establishment, SWOT analysis

The work deals with a realization of a business plan for a company operating in the field of internet trading and focusing on specialized sport equipment. The process of establishing is elaborated both from theoretical and practical point of view. The work describes in a complex way the procedure of company foundation beginning from selection of proper form of trading and analysis of the field over an elaboration of marketing and financial plan up to overall evaluation of the business plan. The work is based on real experiences with building of an internet e-shop 4riders.cz, which has been used as a base for the work.