

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Podnikatelský plán pro technologicky zaměřený podnik

Business plan for technologically focused company

STUDIJNÍ PROGRAM

Ekonomika a management

STUDIJNÍ OBOR

Řízení a ekonomika průmyslového podniku

VEDOUCÍ PRÁCE

doc. Ing. Martin Zralý CSc.

ŠRÁMEK

MARTIN

2017

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení:	Šrámek	Jméno:	Martin	Osobní číslo:	437907
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)				
Zadávací katedra/ústav:	Oddělení ekonomických studií, Fakulta strojní				
Studijní program:	Ekonomika a management (B6208)				
Studijní obor:	Řízení a ekonomika průmyslového podniku (6208R181)				

II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:
Podnikatelský plán pro technologicky zaměřený podnik

Název bakalářské práce anglicky:
Business plan for technologically focused company

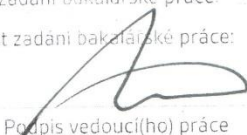

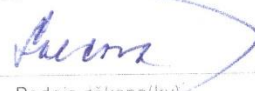
Pokyny pro vypracování:
CÍL: Cílem bakalářské práce je vytvořit podnikatelský plán pro nově vzniklý podnikatelský subjekt – obchodní společnost (s. r. o.).
PŘÍNOS: Přínosem této práce je plán, který je praktickou pomůckou pro začínající podnikatele ve zvolené oblasti, návodem k založení podnikatelského subjektu, získání oprávnění včetně splnění povinnosti související se zahájením a provozováním podnikatelské činnosti na území České republiky.
OSNOVA: I. Cíl. Úkoly a obsah BP, II. Analýza problému, III. Relevantní teorie, IV. Návrh podnikatelského plánu, V. Doporučení k implementaci, VI. Shrnutí výsledků

Seznam doporučené literatury:
KOTLER, Philip. 2007. Moderní marketing: 4. evropské vydání. Praha: Grada.
VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. 2012. Podnikání malé a střední firmy. Praha: Grada Publishing.
BLACKWELL, Edward. 1993. Podnikatelský plán: Business Guides. Průvodce pro malé a střední podnikatele. Praha
SRPOVÁ, Jitka. 2011. Podnikatelský plán a strategie. Praha: Grada. Expert


Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:
doc. Ing. Martin Zralý CSc. - Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)

Jméno a pracoviště konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: 5. 12. 2016 Termin odevzdání bakalářské práce: 5. 5. 2017
Platnost zadání bakalářské práce: 31. 8. 2018

 Podpis vedoucí(ho) práce  Podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry  Podpis děkana(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

 Podpis studenta(ky)

29-09-2017

ŠRÁMEK, Martin. *Podnikatelský plán pro technologicky zaměřený podnik*. Praha: ČVUT 2017. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracoval samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citoval a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 04. 05. 2017

Podpis:

Martin Šrámek

Poděkování

Rád bych poděkoval doc. Ing. Martinovi Zralému CSc. za cenné rady, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích a vypracování bakalářské práce. Dále bych také poděkoval firmě WATERA Czech, spol. s r.o., pracovníkům firmy WATERA za poskytnutí příslušných podkladů a informací nezbytných pro zpracování této práce.

Abstrakt

Cílem bakalářské práce je vytvořit podnikatelský plán pro nově vzniklý podnikatelský subjekt – obchodní společnost (s. r. o.) pro technologicky zaměřený podnik.

Podnikatelský plán pro technologicky zaměřený podnik vychází ze základní analýzy procesů souvisejících se založením a vznikem podnikatelského subjektu, který se zabývá dodávkou zařízení pro úpravu vody a provádí instalaci potřebných technologií pro dosažení určené kvality vody. Dále vychází z analýzy situace na trhu v oblasti technologií na úpravu vody, doplněných o relevantní odborné informace a stanovuje základní parametry podnikatelské činnosti ve zvoleném oboru.

Cílem je, aby nově vzniklý technologicky zaměřený subjekt postupující podle tohoto podnikatelského plánu byl konkurenceschopný subjekt, který s využitím vlastního know-how a dostupných finančních zdrojů zajistil efektivní uspokojování potřeb zákazníků.

V návrhové části bakalářské práce, která obsahuje i doporučení k implementaci navrhovaných postupů, práce vychází z provedených analýz a definuje základní parametry podnikatelské činnosti technologicky zaměřeného podniku.

Klíčová slova

technologie na úpravu vody, podnikatelský plán, marketingový plán, analýza trhu, finanční záměry, implementace podnikatelského plánu

Abstract

The aim of the bachelor thesis is to create a business plan for a newly based business entity - a trading company (Ltd.) for a technologically oriented enterprise.

The business plan for a technology oriented enterprise is based on a basic analysis of the processes related to establishment of a business entity that deals with the supply of water treatment facilities and implements the necessary technologies to achieve the specified water quality. It is also based on the analysis of the market situation in the field of water treatment technologies supplemented by the relevant expert information and defines the basic parameters of the entrepreneurial activity in the chosen field.

The aim is that the newly established technologically oriented entity following this business plan will be a competitive entity, which, using its own know-how and available financial resources, will ensure effective satisfaction of customers' needs.

In the bachelor thesis proposal, which contains recommendations for the implementation of the proposed procedures, the thesis is based on the analyses performed and defines the basic parameters of the entrepreneurial activity of the technologically oriented company.

Key words

Water treatment technology, business plan, marketing plan, market analysis, financial plans, implementation of the business plan

Obsah

1	Úvodní kapitola.....	10
1.1	Stanovení cílů a úkolů.....	10
1.2	Úkoly bakalářské práce	11
2	Analýza problému	13
2.1	Stručná charakteristika společnosti WATERA Czech spol. s r.o.....	13
2.1.1	Profil společnosti WATERA Czech	13
2.1.2	Profil společnosti Watera International	14
2.2	Analýza trhu.....	16
2.3	Analýza trhu v oblasti technologií na úpravu vody.....	19
2.4	Marketingová strategie	21
2.5	Trh.....	22
3	Relevantní teorie	23
3.1	Základní charakteristika podnikání v ČR.....	23
3.1.1	Podnikatel.....	24
3.1.2	Podnik	24
3.1.3	Volba právní formy podniku	25
3.2	Založení a vznik společnosti s ručením omezeným.....	25
3.3	Základní charakteristika použitých technologií pro úpravu vody	27
3.3.1	Hlavní technologie na úpravu vody.....	28
3.4	Podnikatelský plán.....	33
3.4.1	Účel podnikatelského plánu.....	33
3.4.2	Výhody podnikatelského plánu	34
3.4.3	Obecné požadavky na podnikatelský plán.....	34
3.4.4	Struktura podnikatelského plánu.....	35
4	Návrh podnikatelského plánu	41
4.1	Titulní strana.....	41
4.1.1	Popis zakládané společnosti.....	41
4.1.2	Způsob financování a jeho struktura	41
4.2	Shrnutí	42
4.3	Konkurence na trhu	42

4.3.1	Průzkum trhu.....	42
4.3.2	Společnost Voda pro Vás a její předpokládané postavení na trhu.....	43
4.4	Podnikatelský subjekt.....	44
4.4.1	Cíle podniku.....	45
4.4.2	Způsob získání počátečního kapitálu.....	45
4.4.3	Důvody založení podniku.....	45
4.5	Obchodní plán.....	46
4.6	Marketingový plán.....	49
4.6.1	Produkt.....	51
4.6.2	Cena.....	53
4.6.3	Propagace.....	54
4.6.4	Distribuce.....	55
4.7	Organizační plán.....	57
4.7.1	Vedení firmy.....	57
4.7.2	Organizační struktura společnosti.....	57
4.7.3	Odměňování zaměstnanců.....	58
4.8	Finanční záměry.....	59
4.9	Rizika.....	63
4.10	Závěr.....	63
5	Doporučení k implementaci.....	64
6	Shrnutí výsledků.....	65
	Použitá literatura.....	67
	Seznam obrázků.....	68
	Seznam tabulek.....	69

1 Úvodní kapitola

1.1 Stanovení cílů a úkolů

Cílem bakalářské práce je vytvořit podnikatelský plán pro nově vzniklý podnikatelský subjekt – obchodní společnost (s. r. o.) pro technologicky zaměřený podnik. Tento plán je praktickou pomůckou pro začínající podnikatele ve zvolené oblasti. Je přehledným a srozumitelným návodem k založení podnikatelského subjektu, získání příslušných podnikatelských oprávnění včetně splnění všech registračních a administrativních povinností souvisejících se zahájením a provozováním podnikatelské činnosti na území České republiky. Podnikatelský plán pro technologicky zaměřený podnik vychází ze základní analýzy procesů souvisejících se založením a vznikem podnikatelského subjektu, který se zabývá dodávkou zařízení pro úpravu vody pro průmysl, energetiku, města, obce a domácnosti. Podnik také provádí instalaci potřebných technologií pro dosažení určené kvality vody, dále vychází z analýzy situace na trhu v oblasti technologií na úpravu vody, doplněných o relevantní odborné informace a stanovuje základní parametry podnikatelské činnosti ve zvoleném oboru. Cílem je, aby nově vzniklý technologicky zaměřený subjekt postupující podle tohoto podnikatelského plánu byl konkurenceschopný subjekt, který s využitím vlastního know-how a dostupných finančních zdrojů zajistil efektivní uspokojování potřeb zákazníků.

Analytická část bakalářské práce je zaměřena na analýzu povinností souvisejících se zahájením podnikatelské činnosti ve formě právnické osoby a na analýzu trhu ve zvolené oblasti – technologie na úpravu vody. Obsahuje dále základní charakteristiku použitých technologií (filtrace, reverzní osmózy, deionizace a elektro-deionizace), jejichž základní znalost je předpokladem úspěšného fungování technologického podniku v praxi. V analytické části jsou využity informace o podnikatelském subjektu, který na trhu technologií na úpravu vody vyvíjí svoji činnost již od roku 2008 a který

je součástí multinacionální společnosti se sídlem v Lucembursku. V analytické části jsou využity relevantní informační zdroje, jejichž seznam je uveden na závěr bakalářské práce. Při zpracování jsem využil i informace, které jsem získal z podnikových zdrojů společnosti WATERA Czech spol. s r.o. prostřednictvím mého konzultanta a s využitím poskytnutých materiálů vnitropodnikových norem, postupů a ostatních dokumentů.

V návrhové části bakalářské práce, která obsahuje i doporučení k implementaci navrhovaných postupů, jsem vycházel z předchozích analýz a definoval základní parametry provádění podnikatelské činnosti technologicky zaměřeného podniku podle navrženého podnikatelského plánu tak, aby tento subjekt podnikal v souladu s platnými právními předpisy a nařízeními, byl konkurenčně schopný, finančně životaschopný a vytvářel pracovní příležitosti.

1.2 Úkoly bakalářské práce

- 1) Volba tématu, odsouhlasení s vedoucím
- 2) Zajištění konzultanta z podnikové praxe
- 3) Vymezení cíle a stanovení úkolů nutných pro splnění cíle
 - a. Popis společnosti Watera
 - b. Zpracování analýzy trhu
 - c. Zpracování základní charakteristiky podnikání v ČR
 - d. Zpracování základní charakteristiky technologií pro úpravu vody
 - e. Zpracování podnikatelského plánu
 - f. Doporučení k implementaci
 - g. Shrnutí výsledků
- 4) Popis obsahu jednotlivých dílčích částí a podkapitol – stanovení osnovy BP
- 5) Zpracování analytické části
- 6) Zpracování návrhové části (cíl, výsledky analýz), součást: doporučení k implementaci (jak realizovat návrh)

TEORETICKÁ ČÁST

2 Analýza problému

Prvním cílem této kapitoly je popsat společnost WATERA Czech spol. s r.o. Tato společnost bude pro mě důležitá, protože budu vycházet z jejich používaných technologií. Mezi další cíle patří: získání, analyzování a vyhodnocení získaných informací, jejich součástí bude: analýza trhu a poptávky, analýza konkurence, stanovení marketingové strategie a definování trhu.

Nově zakládaná společnost Voda pro Vás, s.r.o., jejíž podnikatelský plán je obsahem této bakalářské práce, má úzkou vazbu na společnost WATERA Czech spol. s r.o., s níž uzavře nově založený subjekt dealerskou smlouvu. Společnost Voda pro Vás, s.r.o. vychází ze znalostí trhu a těží z vysoké technologické úrovně společnosti WATERA Czech spol. s r.o., zejména v oblasti prodeje a instalace změkčovačů vody WateraSoft, náhradních dílů a spotřebního materiálu převážně pro sektor domácností.

2.1 Stručná charakteristika společnosti WATERA Czech spol. s r.o.

2.1.1 Profil společnosti WATERA Czech

Společnost WATERA Czech byla založena v roce 2008 jako oficiální zástupce společnosti Culligan International pod jménem Culligan Czech. Společnost působí na českém trhu prostřednictvím jiných subjektů od roku 1993. Od počátků svého působení hrála na českém trhu významnou roli v oblasti úpravy vody. Společnost má velké množství provozovaných zařízení ve všech sférách úpravy vody, ať už se jedná o vodárenské společnosti, průmyslové, energetické závody, nemocnice nebo domácnosti.

V roce 2015 se společnost začlenila do nadnárodního sdružení Watera International, se sídlem v Luxemburgu, která získala 100 % jejího kapitálu a přejmenovala se na WATERA Czech. WATERA Czech prostřednictvím svého zkušeného personálního obsazení podporuje uvedení na trh úpravy vody technologicky a technicky vyspělých výrobků a řešení společnosti Watery

International. Zároveň realizuje i montáže a poprodejní servis zákazníkovi. V Praze má k dispozici zázemí, kde vede zásoby náhradních dílů a spotřebního materiálu. V případě potřeby má k dispozici personální podporu společnosti Watera International ze zemí, kde působí.

2.1.2 Profil společnosti Watera International

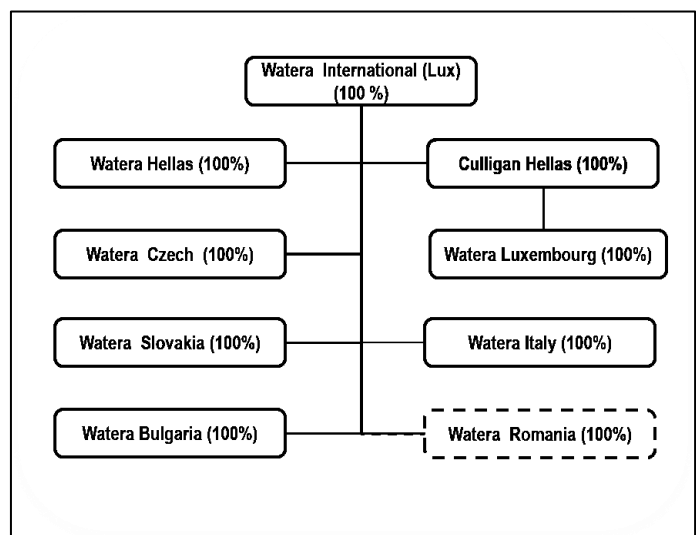
Významné environmentální změny v posledních desetiletích vyvolaly poptávku po produktech a řešeních, která mohou zajistit efektivní využití vody, která je nezbytná pro udržitelný ekonomický rozvoj. Tato potřeba vedla k rychlému rozvoji souvisejícího trhu.

Watera International se sídlem v Lucembursku sehrává spolu se svými vlastními pobočkami důležitou úlohu na tomto rychle rozvíjejícím se trhu v oblasti úpravy a recyklace vody.

Watera International působí v Lucembursku, Itálii, Řecku, České republice, na Slovensku, Bulharsku a v současnosti zřizuje novou pobočku v Rumunsku. Společnost rovněž plánuje zahájit přítomnost na Blízkém východě a dále rozšířit své pronikání do Afriky.

Watera International má dvě výrobní pracoviště v Evropě, jedno o rozloze 16 000 m², druhé o rozloze 3,300 m² a jedno montážní pracoviště v Praze o rozloze 400 m².

Následující schéma znázorňuje strukturu společnosti aktuální ke konci června 2015:



Obrázek 1 - Struktura společnosti Watera International (zdroj: Watera International S. A.)

Cílem společnosti Watery, které zkušenosti sahají do roku 1963, je pokračovat v expandování na nové geografické trhy a nové segmenty trhu silou svého rozsáhlého know-how a konkurence schopných výrobních kapacit.

Aktivity Watera Group:

- Komerční a průmyslové systémy na úpravu vody, projekty návrhu, stavby, převozu a transportu úpraven vody; systémy na úpravu vody pro domácnost, chemikálie na úpravu vody
- Systémy na recyklaci vody
- Strategický důraz: poprodejní servis a dodávka spotřebního materiálu

Reference Watera Group:

Celková instalovaná kapacita odsolovacích zařízení reverzní osmózy převyšuje 150 000 m³ /den. Z toho 40 % je pro mořskou vodu a 60 % je pro silně brakickou a brakickou vodu. Tato instalovaná kapacita odsolovacích zařízení zařadila společnost mezi 10 předních evropských výrobců v segmentu zařízení s kapacitou 100 m³/den - 5 000 m³/den. Celková instalovaná kapacita zařízení rychlé filtrace převyšuje 350 000 m³/den.

2.2 Analýza trhu

Segmenty trhu

Trh, na kterém se uplatňuje technologie na úpravu vody lze klasifikovat podle celé řady různých kritérií. Pro účely této práce budu používat následující členění (segmentace trhu). Tato segmentace vychází z dosavadní obchodní praxe společnosti WATERA Czech a jejího působení v podmínkách trhu České republiky. V jednotlivých tržních segmentech najdeme zákazníky společnosti WATERA Czech

Základní rozdělení:

- a) průmysl a služby
- b) územně samosprávné celky (obce)
- c) domácnosti

Průmysl a služby

Do první velké skupiny řadíme průmyslový sektor včetně služeb, který lze dále členit:

- a) chemický průmysl (reverzní osmózy, deionizace, elektrodeionizace – EDI)
- b) mikroelektronika (reverzní osmózy, deionizace, elektrodeionizace – EDI)
- c) výroba elektrické energie (reverzní osmózy, ultrafiltrace, filtrace, deionizace, elektrodeionizace – EDI)
- d) strojírenský průmysl
- e) farmaceutický a kosmetický průmysl
- f) potravinářský a nápojový průmysl (reverzní osmózy, ultrafiltrace, filtrace, deionizace, elektrodeionizace – EDI, změkčování vody)

V prvním segmentu trhu průmysl a služby se uvádějí tyto technologie: reverzní osmózy, deionizace, elektrodeionizace – EDI, ultrafiltrace, filtrace, změkčování vody. Cílem u těchto zákazníků je cílem připravit vodu pro průmyslové (technické) účely. Tato voda se nazývá demineralizovaná voda a svými parametry směřuje k takzvané ultračisté vodě, je vodě o velice nízké vodivosti, zbavené minerálů solí, mechanických a mikro biologických nečistot.

Do segmentu průmysl a služby patří zákazníci velkých a středních průmyslových a jiných firem, které představují klíčový segment zákazníků. Finálním produktem u těchto zákazníků je demineralizovaná voda, která je používána pro průmyslové (výrobní, zpracovatelské účely). Uplatnění této vody je velice široké, voda se často používá jako chladící médium, výrobní surovina, pro přípravu páry, pro topné systémy, pro oplach strojírenských dílů před jejich povrchovou úpravou apod. Mezi nejvýznamnější klíčové klienty firmy WATERA v tomto sektoru patří MITAS a.s., Mondelez Czech Republic s.r.o, Ústav molekulární genetiky AV ČR, v. v. i., BIOCEV, výrobci a provozovatelé lakovacích linek TREVOS, a.s., IDEAL - Trade Service, spol. s r.o. a jiné.

Územně samosprávné celky (obce)

V rámci tohoto tržního segmentu se uplatňují zejména tyto technologie: filtrace, dezinfekce, změkčování vody. Konečným produktem u tohoto segmentu je v převážné většině pitná voda, která musí odpovídat požadavkům vyhlášky číslo 252/2004 sb., kterou se stanoví hygienické požadavky na pitnou a teplou vodu a četnost a rozsah kontroly pitné vody. Tato vyhláška stanovuje mimo jiné mikrobiologické, biologické, fyzikální, chemické a organoleptické ukazatele pitné vody a jejich hygienické limity.

V tomto segmentu je požadovaným produktem v naprostém většině voda, která splňuje parametry vody podle výše uvedené vyhlášky. Tento segment je tvořen zejména firmami, které provozují vodovodní a kanalizační sítě jako např. severočeské vodovody a kanalizace, VODÁRNA PLZEŇ a.s., obec

Přerubenice a jiné. Uplatněné technologie: filtrace včetně odstranění železa a manganu, dezinfekce vody, strategický důraz je kladen na dodávky náhradních dílů a spotřebního materiálu pro provoz výše uvedených technologií.

Domácnosti

V rámci tohoto tržního sektoru je výsledným produktem obvykle pitná voda nebo voda změkčená, to je voda se sníženým obsahem vápníku a hořčíku jejíž použití omezuje tvorbu takzvaného vodního kamene.

V tomto posledním segmentu jsou domácnosti tzn. nepodnikající fyzické osoby s požadavky na úpravu vody podle vyhlášky platné pro pitnou vodu a požadavky na změkčení (odstranění tvrdosti používané vody) pro rodinné užití. Mezi nejvýznamnější technologie patří filtrace, odstranění železa a manganu, dezinfekce a změkčení vody. Významnou skupinu v rámci tohoto segmentu tvoří zákazníci s požadavky na změkčení vody. Tato poptávka nabývá poslední době na intenzitě, neboť celá řada domácích spotřebičů je schopna detekovat přítomnost takzvaného vodního kamene (pračky, varné konvice, přístroje pracující s horkou vodou). Zákazníci dále požadují odstranění vody užívané pro hygienické účely (koupelny, WC, umývárny apod.) Tato skupina zákazníků vykazuje poměrně značnou dynamiku růstu a lze předpokládat, že tato situace bude pokračovat i v následujícím období.

2.3 Analýza trhu v oblasti technologií na úpravu vody

Společnost WATERA Czech je konkurenčně schopná v oblasti uplatňovaných prodejních cen, a to zejména v oblasti reverzních osmóz, filtračních jednotek a technologií na změkčení vody.

Mezi hlavní konkurenty patří: CULLIGAN.CZ s.r.o., WATEX, s.r.o., AQUACON f.o., BKG – úprava vody s.r.o., Eurowater, spol. s r.o.

CULLIGAN.CZ s. r.o.

Firma Culligan má ve světě více než 1400 dodavatelsko-servisních středisek ve více než 90-ti zemích. Jejich klienti jsou např. Hoechst, Ciba-Geigy, Henkel, Coca-Cola, atd. Mezi její hlavní technologie patří změkčovače vod, filtrace, reverzní osmózy či dezinfekce vody.

WATEX, s.r.o.

Společnost WATEX působí na našem trhu již od roku 2000, může tedy nabídnout široké zkušenosti v oboru úpravy vody. Mezi nejčastější problémy s vodou, které řeší patří příliš tvrdou vodu, železitou nebo nadměrně manganovou vodu, siřičitou vodu, viditelně znečištěnou nebo zapáchající vodu a nízké pH.

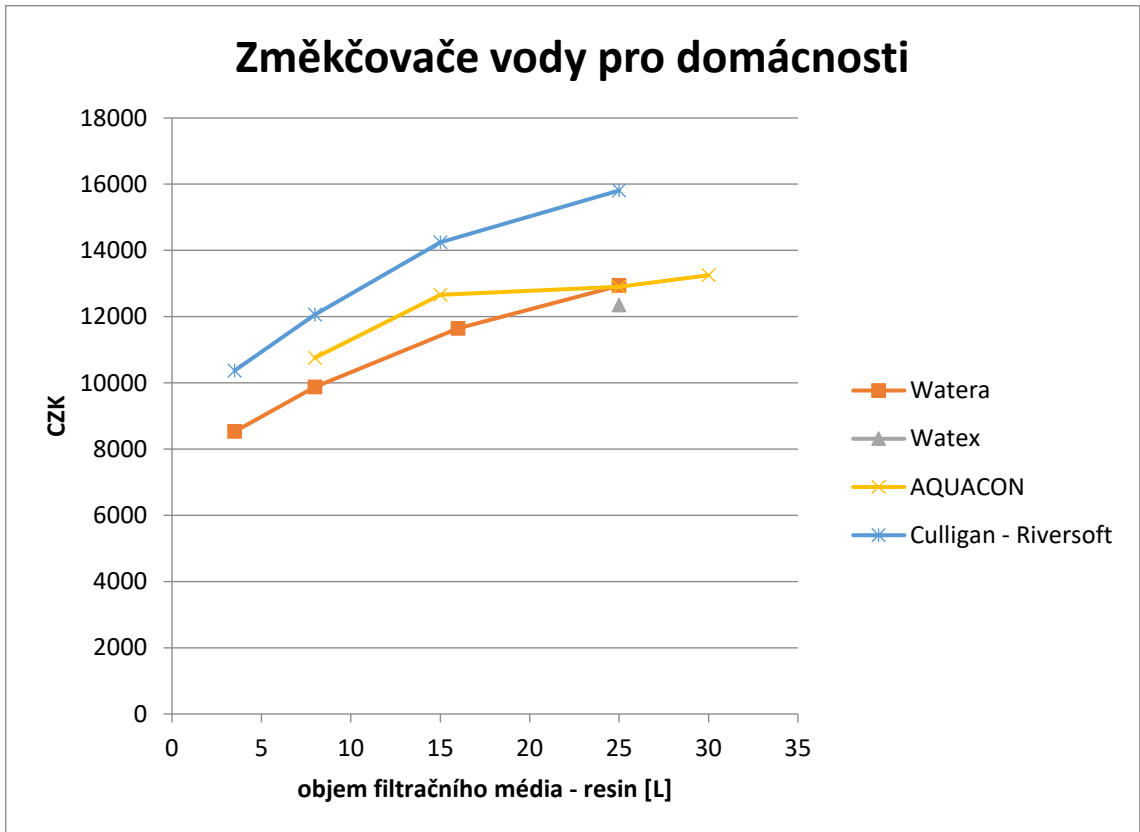
AQUACON f.o.

AQUACON fyzická osoba vznikla v roce 2009 pod majitelem Martinem Kubištou, která nabízí úpravu vody a servis těchto zařízení pro privátní použití a průmysl. Dále řeší čistírny vod, změkčení, odstranění železa, manganu, dusičnanů a dezinfekci vody.

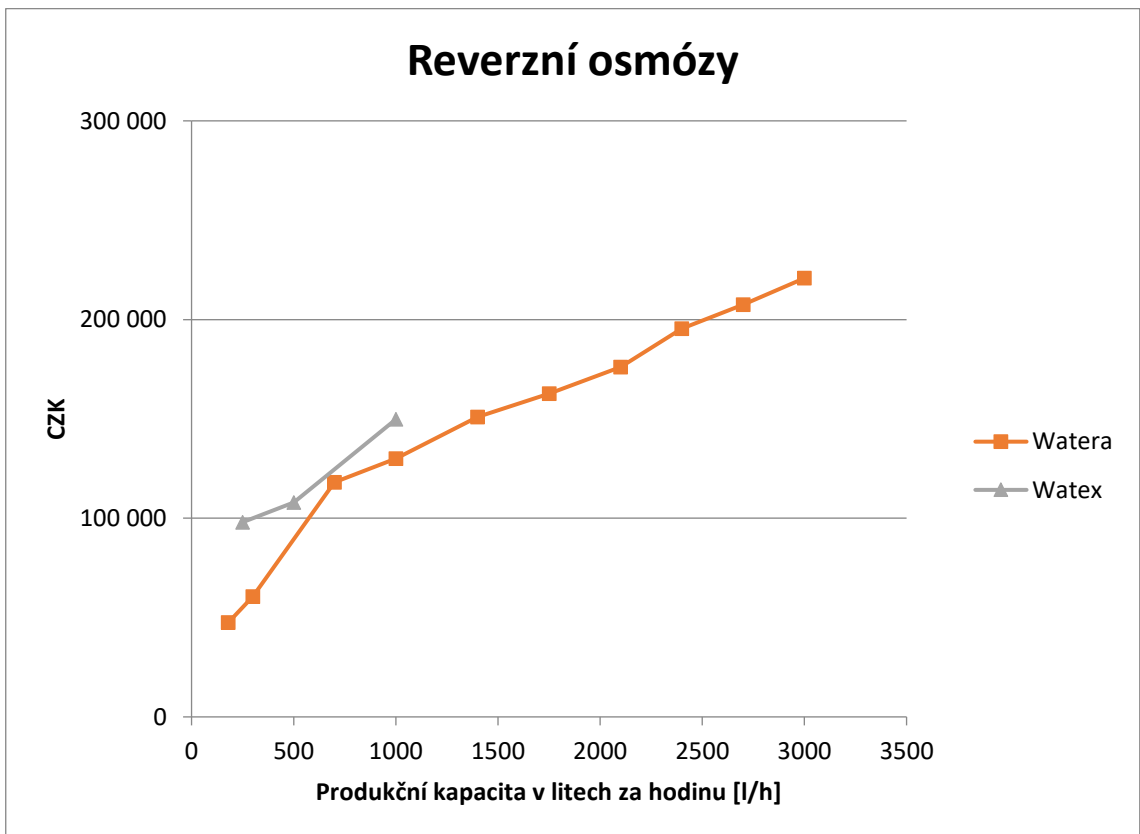
BKG - úprava vody s.r.o.

Společnost BKG – úprava vody s.r.o. byla založena v roce 1996 se zaměřením na projekci, výrobu a kompletní dodání zařízení na úpravu vody – pitné, procesní, odpadní. Technologie úpravy vody jsou dodávány se zaměřením na filtraci, odsolení, změkčení, dezinfekci, úpravu mořské i brakičké vody, reverzní osmózu a mobilní kontejnerové jednotky.

Zde uvádím analýzu prodejních cen konkurenčních firem na grafech:



Obrázek 2 - Změkčovače vody pro domácnosti (zdroj: vlastní zpracování)



Obrázek 3 - Reverzní osmózy (zdroj: vlastní zpracování)

2.4 Marketingová strategie

Základní marketingová strategie společnosti WATERA Czech vychází z výše uvedené analýzy trhu (segmentace a analýza konkurence). Tato strategie se dá velice jednoduše definovat jako:

- 1) Strategický důraz na velké průmyslové klienty s potřebami, které řeší technologie na úpravu vody – zejména reverzní osmózy a filtrační a změkčovací jednotky
- 2) Strategický důraz je kladen na poprodejní servis, dodávky náhradních dílů, spotřebního materiálu a chemikálií.
- 3) U zákazníků vyžadujících úpravu vody na vodu pitnou je kladen strategický důraz na uplatnění filtračních a dezinfekčních technologií.
- 4) V segmentu domácnosti je strategický důraz kladen na potřeby zákazníků při změkčování vody (domácí změkčovače) včetně poprodejního servisu, dodávek náhradních dílů a potřebných chemikálií pro provoz a regeneraci technologií na úpravu vody.

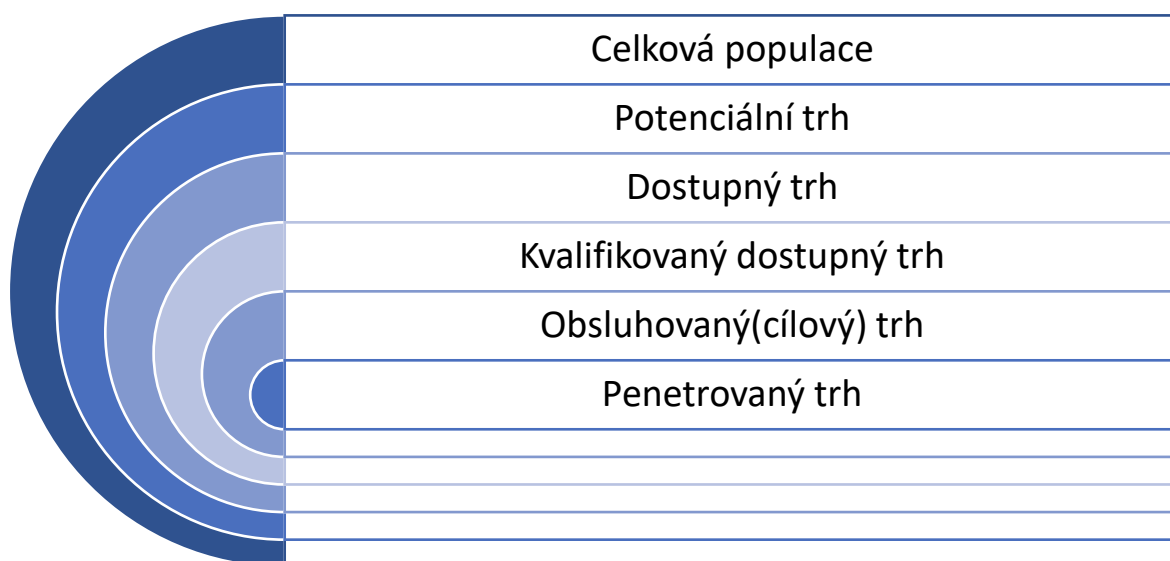
2.5 Trh

Definice trhu

Pro ekonomu je trh souhrn všech prodávajících a kupujících, kteří směňují výrobky či služby. Proto trh s mobilními telefony zahrnuje prodejce jako je Apple, Samsung, HTC, LG, Sony ... a zákazníky, kteří si tento produkt pořídí.

Pro marketéra pojem trh znamená soubor všech současných a potenciálních kupujících produktů a služeb. Odvětví je souhrn prodávajících, zatímco trh je soubor kupujících. Mezi důležité faktory kupujících patří: zájem, příjem a přístup.

Potenciální trh vzniká zájmem zákazníků, kteří by měli o určitý produkt nebo službu zájem. Dostupný trh se skládá ze zákazníků, kteří mají zájem o určitý produkt nebo službu a mají také peněžní prostředky, aby si ho mohli koupit. Kvalifikovaný dostupný trh vymezuje zákazníky, kteří splňují nějakou podmínku prodejce. Nejjednodušší podmínka je třeba věková hranice pro používání produktu či služby. Část trhu, kde společnost začne nabízet své produkty se jmenuje obsluhovaný trh (cílový trh). Zákazníci, kteří si koupili už nějaký produkt spadají do skupiny penetrovaného trhu (Kotler, 2007).



Obrázek 4 - Definice trhu (zdroj: vlastní zpracování)

3 Relevantní teorie

Tato kapitola je zaměřená na základní charakteristiku podnikání v České republice. Objasnění této problematiky a zvolení vhodné právní formy podnikatelského subjektu je výchozí pro praktickou část této práce. Dále se zabývám technologiemi, které budou aplikovány v podnikatelském plánu jako hlavní činnost. Na závěru této kapitoly je popsán obsah podnikatelského plánu.

3.1 Základní charakteristika podnikání v ČR

Od roku 2014 v České republice platí nový občanský zákoník, který vymezuje pojem podnikatel takto: *„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“* (Eliáš, 2012)

Podnikatel musí provozovat činnost, kterou hodlá opakovat a podnikání není např. nahodilá, příležitostná nebo náhodná činnost. Podnikání lze chápat také jako činnost ve svém volném čase i když je podnikatel zaměstnán. Činnost, která je prováděna jen několikrát do roka s úmyslem opakování je také podnikání. Dalším důležitým znakem je samostatnost tzn. podnikatel sám rozhodne na jakém místě bude podnikat a v jakém časovém období bude provozovat činnost. Dále osoba musí finančně zajišťovat svůj chod a rozhodovat o využití zisku z činnosti. Je-li podnikatel zapsán do obchodního rejstříku vystupuje pod názvem firmy, v opačném případě provozuje činnost pod vlastním jménem. Tímto se osoba zviditelní a vystoupí z anonymity. Zplnomocněné osoby musí počínat si podle pokynů a vystupuje pod jménem firmy nebo jeho jménem. Nelze podnikat na někoho jiného. Podnikání je na vlastní odpovědnost, nelze se tedy vyhnout riziku a odpovědnosti z podnikání. Pokud se jedná o společnost s.r.o., tak v ní společníci ručí do výše všech nesplacených vkladů, a poté primárně ručí celým svým základním jměním za své závazky. Fyzická osoba odpo-

vídá celým svým majetkem za veškeré závazky z podnikání. Primárním cílem podnikání je dosažení zisku. Podnikání může skončit také ztrátou, ale ztráta není smyslem podnikání. Dalším cílem je zvyšovat tržní hodnotu firmy, a to bez zisku není možné. To znamená, že podnikání bez zisku není podnikání.

Mezi hlavní právní normy v české republice patří: živnostník, obchodní společnosti (osobní – veřejná obchodní společnost, komanditní společnost, kapitálové – společnost s ručením omezením, akciová společnost), družstva, státní podniky a evropská společnost (Synek, 1996).

3.1.1 Podnikatel

Za podnikatele lze považovat:

- Osoba, která vykonává činnost, samostatně, živnostenským nebo obdobným způsobem souvisle a za cílem zisku (ten kdo podniká podle § 420, odst. 1, zákona č. 89/2012 Sb.)
- OZ říká, že osoba, která uzavírá smlouvy v souvislosti vlastní obchodní nebo výrobní činností (i když nějaký znak v podnikání chybí, platí pro ochranu spotřebitele)
- podle § 421 každá osoba, která je zapsaná v obchodním rejstříku, i když nepodniká (podnikatel podle právní formy)
- ustanovení platí, pokud není prokázán opak (osoba, která má živnostenské nebo jiné oprávnění)

3.1.2 Podnik

Existuje mnoho dalších výkladů tohoto pojmu např.:

- Nejobecněji – jedná se o subjekt, kde jsou přeměňovány vstupy na výstupy
- Obsáhleji – podnik existuje jako právně samostatná a ekonomická jednotka, ekonomická samostatnost znamená svobodu v podnikání a právní samostatná dovoluje vstupovat do právních vztahů s okolím

Optimální rozdělení firem je takové, kdy malý podnik má nejvíce 50 zaměstnanců, střední podnik je do 250 zaměstnanců a velký podnik má alespoň 250 zaměstnanců (Srpková, 2010).

3.1.3 Volba právní firmy podniku

Stát nabízí mnoho právních forem podnikání, a podnikatel se může rozhodnout, kterou využije. Všechny právní normy jsou podřízené dalším právním normám, které mají vliv na podnikatelské rozhodování. Pro výběr právní formy jsou důležitá následující kritéria: způsob a rozsah ručení; oprávnění k řízení; počet zakladatelů; nároky na počáteční kapitál; administrativní náročnost založení podniku a rozsah výdajů se založením a provozováním podniku; účast na zisku (ztrátě); finanční možnosti; daňové zatížení; zveřejňovací povinnosti (Synek, 1996).

3.2 Založení a vznik společnosti s ručením omezeným

Tabulka 1 - Společnost s ručením omezeným (s. r. o.) (zdroj: vlastní zpracování)

Společnost s ručením omezeným (s. r. o.)	
Minimální počet zakladatelů	1 právnická nebo 1 fyzická osoba
Minimální výše základního kapitálu	1 Kč
Nejvyšší počet společníků	neomezeno
Splacení vkladu při vzniku	100 % nepeněžitý vklad, 30 % peněžitý vklad
Lhůta splacení vkladu	Nejpozději do 5 let od založení společnosti nebo převzetí vkladové povinnosti
Ručení	Společníci ručí společně a nerozdílně do výše všech nesplacených vkladů
Počet hlasů	na každou 1 Kč 1 hlas nebo podle společenské smlouvy
Orgány	Valná hromada, statutární orgán (jednatel), dozorčí rada
Zakladatelský dokument	společenská smlouva nebo zakladatelská listina ve formě veřejné listiny

Společnost s ručením omezeným je založena dvěma nebo více zakladateli podepsáním společenské smlouvy. Mezi zakladatelské osoby patří: fyzické osoby, právnické osoby, které jsou české nebo i zahraniční.

Pro založení společnosti s ručením omezeným je potřeba:

- 1) Sepsání společenské smlouvy se všemi podpisy společníků – společenská smlouva musí být sepsána formou notářského zápisu. Když společnost zakládá jen zakladatel tak je to zakladatelská listina, a druhá možnost je když je více společníků tak jde o společenskou smlouvu. Oba dokumenty musí obsahovat stejné podstatné části.
 - Sídlo společnosti (se souhlasem vlastníka nemovitosti)
 - Vymezení společníků zápisem jména a bydliště(sídlo)
 - Předmět podnikání (činnosti)
 - základní kapitál
 - určení podílů každého společníka a práv, podle vkladu nebo společenské smlouvy
 - počet jednajících osob a způsob jejich jednání za společnost.
- 2) Složení základního kapitálu – zápis do obchodního rejstříku je platný, až po vložení nepeněžitého vkladu a alespoň 30 % nepeněžitého vkladu. Nepeněžitý vklad musí ocenit znalec, kterého vyberou zakladatelé společnosti. Znalci náleží odměna za vykonanou práci, za kterou zaplatí společnost, a v případě nevzniknutí společnosti musí též zakladatelé zaplatit za tuto službu. Společník, který je v prodlení se splacením peněžitého vkladu čekají úroky, u nepeněžitého vkladu hrozí to, že společník bude vyloučen z toho podílu na společnosti, ke kterému se ten podíl vztahuje. Nejjednodušším způsobem je vytvoření nového bankovního účtu na jméno správce vkladů, je poté banka schopná vydat potvrzení o složení vkladů, po předložení společenské smlouvy či zakladatelské listiny.
- 3) Živnostenské oprávnění – v případě, že je s. r. o. založena za záměrem podnikání, musí jednatelé požádat o vydání podnikatelského nebo živnostenského oprávnění.
- 4) Zápis do obchodního rejstříku – zápis do obchodního rejstříku může trvat až půl roku, hlavní slovo má zde rejstříkový soud. Po zápisu do-

stane doporučeně společnost do sídla zakládané společnosti rozhodnutí o zápisu a společnost fakticky vzniká až zápisem do obchodního rejstříku.

- 5) Zaregistrování u finančního úřadu – návrh na zápis do obchodního rejstříku podávají všichni jednatele, pokud by ho podávali v listinné podobě, tak musí mít úředně ověřené podpisy u místně příslušného orgánu. Alternativa je v elektronické podobě, kde musí být elektronický podpis nebo prostřednictvím datové schránky tím kdo zápis podává.

3.3 Základní charakteristika použitých technologií pro úpravu vody

Voda se skládá z atomů kyslíku a dvou atomů vodíku, spojených dvěma jednoduchými kovalentními vazbami. Atom kyslíku má nespárované & spárované elektrony, které mu udělují negativní náboj, zatímco atom vodíku sdílí svůj elektron s kyslíkem. Molekula vody díky tomu má pozitivně i negativně nabitě konce. Tyto vlastnosti z vody dělají velice dobré rozpouštědlo, a proto je voda v přírodě málokdy chemicky čistá (Bindzar, 2011).

Zdroje vody obvykle dělíme do dvou kategorií:

- a) Povrchová voda

Zahrnuje vodu v řekách i jezerech. Obvykle je zakalená přítomností částic hlíny, písku nebo jiných nečistot. Rovněž může být zabarvená přítomností částic vznikajících rozkladem vegetace a zvířat. Obsahuje rozpuštěné minerály a kovy.

- b) Podzemní voda

Známá též jako studniční voda, která se neustálým pohybem přesouvá podzemím. Obvykle obsahuje rozpuštěné minerály a kovy. Podzemní voda může být znečištěná přirozeným způsobem, ale většinové znečištění vzniká aktivitou člověka.

3.3.1 Hlavní technologie na úpravu vody

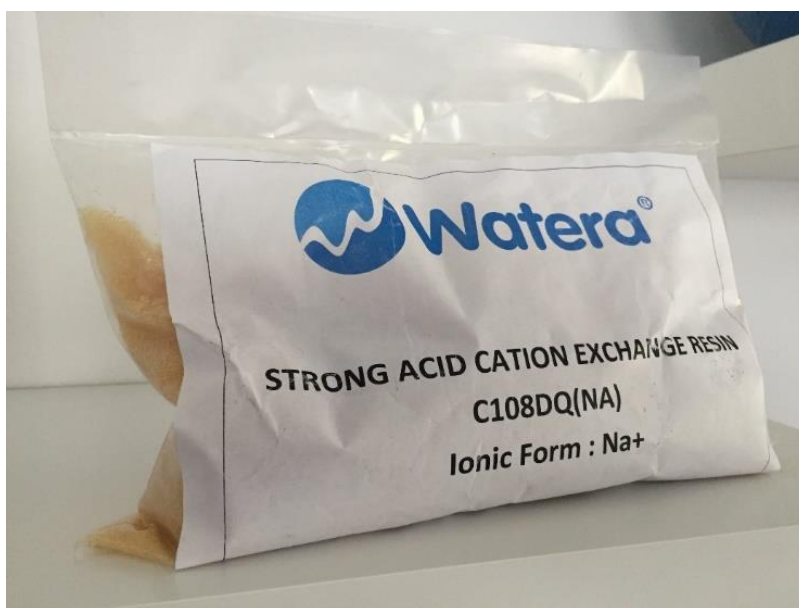
- Změkčování
- Filtrace
- Deionizace
- Reverzní osmóza
- Ultra filtrace
- Elektrodeionizace - EDI
- Desinfekce a sterilizace

CO JE ZMĚKČOVÁNÍ VODY?

Změkčování vody je proces používaný k odstranění nežádoucích minerálů z vody, primárně vápník a hořčík. Voda během procesu protéká kolonou naplněnou resinem (umělou náplní změkčovače), kde dochází k výměně nežádoucích minerálů za ionty sodíku.

Proces regenerace

Regenerace je spuštěna automaticky a dochází během ní k obrácení procesu výměny iontů. Během tohoto procesu se resin obnoví pomocí soli, kdy ionty sodné vytěsní zachycené ionty nežádoucích minerálů z resinu. Tímto způsobem se na resin vážou ionty sodíku, zatímco vápník a hořčík jsou vymyty do kanalizace.



Obrázek 5 - Resin (zdroj: vlastní zpracování)

Filtrace

Filtrace je proces, během kterého dochází k odstranění nežádoucích chemikálií, biologických kontaminantů a suspenzí z kontaminované vody. Společnost WATERA Czech nabízí kompletní nabídku selektivních a multimedálních filtrů k odstranění suspenzí, anorganických nečistot jako jsou železo, mangan, arsen, nikl, rtuť atd. a dále zákalu, chuti, zápachu, volného chlóru atd. Filtrace je dále využívána jako nástroj na předúpravu vody pro další čištění např. pro odsolování pomocí reverzní osmózy.



Obrázek 6 - Filtry (zdroj: vlastní zpracování)

Deionizace

Deionizace je chemický proces, při kterém dochází k záměně kationtů za vodíkové ionty (H^+) na katexu, a následné záměně aniontů za hydroxidové ionty (OH^-) na anexu. Vodíkové a hydroxidové ionty se poté sloučí za vzniku H_2O (čisté vody). Jelikož většina znečištění vody pochází právě z rozpuštěných solí, deionizace je proces, který vede k produkci vody o vysoké čistotě, která se podobá destilované vodě. Tento proces je rychlý a nedochází ke zvýšení tvrdosti vody. Základní DI systém je tvořen dvěma fázemi, katexovou kolonou a anexovou kolonou. HCl se normálně používá k regeneraci silně kyselého anexu. $NaOH$ se normálně používá k regeneraci silně zásaditého katexu.

Reverzní osmóza

Reverzní osmóza je technologie, která se používá k odstranění většiny kontaminantů vody s využitím vysokých tlaků skrze polopropustné membrány. Reverzní osmóza je schopná odsolit až 99 % rozpuštěných solí, částic, a dále koloidních a organických částic a bakterií, virů a pyrogenů ze vstupní vody. Reverzní osmóza je velice efektivním nástrojem na čištění brakické, povrchové a podzemní vody pro malé i velké aplikace. Reverzní osmóza je efektivní a prověřená technologie k produkci vody vhodné pro mnoho průmyslových aplikací, které vyžadují demineralizovanou či deionizovanou vodu. Další úpravou produktové vody po RO systému, např. pomocí mixed bed deionizace, lze dosáhnout kvality požadované i pro ty nejnáročnější aplikace. S vhodným designem systému, kontrolním programem a zkušenou servisní údržbou, RO systém bude poskytovat vodu o vysoké čistotě po mnoho let.



Obrázek 7 - Reverzní osmóza (zdroj: vlastní zpracování)

Ultrafiltrace

Ultrafiltrace nebo také UF je membránová separace poháněná uplatněním tlaku, která odstraňuje mechanické nečistoty z vody. Typická velikost póry membrán ultrafiltrace je 0.01 to 0.10 μm a proto efektivně odstraňují také bakterie a většinu virů, a dále koloidních a ostatních částic.

Elektrodeionizace

Elektrodeionizace (EDI) je moderní technologie, která nahrazuje konvenční demineralizační metody, vč. mix-bed iontově-výměnných kolon. Na rozdíl od tradičních DI systémů, EDI není třeba regenerovat, a tudíž odpadá potřeba skladování a použití nebezpečných chemikálií na regeneraci, čímž dochází ke snížení provozních nákladů. EDI je dále oproti DI obecně malé zařízení, čímž rovněž dochází k šetření prostoru.

Elektrodeionizace – EDI

Odstranění iontů je dosaženo pomocí spirálově svinutých membrán, iontově-výměnného resinu a stálého elektrického proudu.

Desinfekce a sterilizace

Desinfekce vody znamená odstranění, deaktivaci nebo zničení patogeních mikroorganismů. Mikroorganismy jsou ničeny nebo deaktivovány, čímž dochází k zamezení růstu a reprodukce.

Sterilizace je proces podobný desinfekci. Rozdíl spočívá ve skutečnosti, že během procesu sterilizace dochází ke zničení všech přítomných mikroorganismů, jak užitečných, tak škodlivých.

Design parametry technologií na úpravu vody

Hlavními parametry, které jsou obvykle nezbytné pro návrh systému na úpravu vody, můžeme rozdělit do tří velkých kategorií.

- 1) Vlastnosti dostupné vody
- 2) Požadované vlastnosti produkované vody
- 3) Instalační a ostatní požadavky

Vlastnosti dostupné vody

- Původ vody (studniční, městská, říční, jezerní atd.)
- Kvalita vody (chemická analýza, výkyvy v průběhu roku)
- Dostupné množství vody (rozměry infrastruktury (potrubí atp.), průtok při specifickém tlaku)
- Rozsah teplot

Požadované vlastnosti produkované vody

- Požadovaná kvalita vody (vodivost, pH, specifické ionty)
- Požadované množství (hodinové a denní, za směnu, dostupnost zásobníků na vodu)
- Dle zamýšleného využití vody (průmyslová, pitná, ostatní využití atd.)
- Další požadavky (mykologické limity, tlakové limity)

Požadavky na instalaci

- Dostupný prostor (rozměry, výška, pokrytí, náskres zařízení a budovy)
- Dostupnost odpadního potrubí
- Požadavky na čerpadla a zásobní nádoby (pro vstupní a produkto-
vou vodu)
- Energetické nároky (dostupné napětí a výkon)
- Ostatní požadavky (vzdálený přístup a požadavky na rozhraní, interakce s jiným existujícím zařízením)

(WATERA Czech spol. s r.o., 2016)

3.4 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je dokument, který obsahuje veškeré podstatné faktory (vnější a vnitřní) pro realizaci a fungování firmy, který je zpracován podnikatelem. Podnikatelský plán slouží pro určení cílů do budoucna, přesné vyjádření podnikatelského plánu jsem použil definici od Srpové (Podnikatelský plán a strategie).

„Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnuté podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů“ (Srpová, 2011).

3.4.1 Účel podnikatelského plánu

Podnikatelský plán pro interní uživatele slouží pro plánování a následnou kontrolu, také to je základ pro rozhodování. Plán zde slouží jako vodítko pro podnikatele, pokud váhá, jaké postupy budou následovat.

Pro externí uživatele je podnikatelský plán jako vizitka a slouží pro získání přehledu společnosti, který dává společnosti větší šanci na získání podpory investorů a jejich finančních prostředků.

Každý podnikatelský plán se zabývá těmito částmi: trh, výrobek, lidé/personál a finance. Každý plán je jinak zpracovaný a různé detailní provedení.

Někteří podnikatelé si myslí, že je podnikatelský plán pro jejich situace zbytečný a nechtějí s ním ztrácet čas a je pro ně obtěžující záležitostí. Na podnikatelský plán není kladeno časové určení, může být vypracován kdykoliv. Mezi hlavní uživatele patří: majitelé, manažeři a investoři. Každá osoba má jiný hlavní přínos plánu a časové vypracování.

3.4.2 Výhody podnikatelského plánu

Podnikatelský plán je velmi klíčový dokument, který pomáhá rozhodování dalších kroků v podniku. V předchozí kapitole bylo zmíněno, že ne všichni se tímto dokumentem řídí a není pro ně důležitý. Následující hlavní výhody podnikatelského plánu by mohli přesvědčit i ty, kteří na něj doteď zanevřeli:

- 1) Smysluplný cíl – každá osoba chce, aby podnik měl cíl a fungoval jakby měl. Do toho plánu člověk investuje velké množství energie. Cílem je stanovení kroků k jejich naplnění. Výhodné je, když je písemně a prakticky zpracován a vymezení parametrů, pomocí kterých chce dosáhnout cíle.
- 2) Řízení podniku – proces řízení se neustále mění až do naplnění plánovaného stavu. Potřebuje znát všechny kroky, které vedou k potřebným změnám.
- 3) Příprava – během přípravy se hodně naučíme. Existují zde faktory, které nemůže podnikatel ovlivnit např. legislativu anebo objevující se nová konkurence. Čím více informací tím lépe dokáže reagovat na případné změny.

3.4.3 Obecné požadavky na podnikatelský plán

Správně a kvalitně zpracovaný podnikatelský plán určí, zda je podnik životaschopný či může upozornit i na možná budoucí úskalí. Když usilujeme o finanční prostředky od společníka pro společné podnikání či úvěr od banky. Je vhodné zpracovat písemnou formu, i kdyby šlo pro vlastní účely. Při zpracování je důležité zapůsobit na externí subjekty k získání finančních prostředků.

Doporučení formulace podnikatelského plánu:

- 1) Srozumitelný – osoba, která se bude zabývat naším podnikatelským plánem nás nezná, tak je důležitý způsob vyjadřování.
- 2) Pravdivý a reálný – posuzuje se reálnost plánu, takže zde není možnost si vymýšlet, protože nepravdivé informace podnikateli jen ublíží

- 3) Logický – všechny dílčí úkoly by měly na sebe navazovat a tvrzení si nesmí odporovat
- 4) Přehledný – přehlednost je velice důležitá vlastnost, nepřehlednost podnikateli také ublíží
- 5) Stručný – je vhodné vymezit myšlenky a závěry stručně, aby se držel základních faktů

3.4.4 Struktura podnikatelského plánu

V každé literatuře je struktura podnikatelského plánu odlišná, protože neexistuje přesně daný předpis, jak by měl podnikatelský plán vypadat a jakou má mít úpravu. Obsah je vždy pro každý podnik individuální. Existují základní atributy, které by měly být v obsaženy v struktuře podnikatelského plánu. Do skupiny atributů, které se ustálily a tvoří současný základ se řadí např. informace o podniku, finančních aspektech a dalších podnikatelských záměrů.

Možná struktura podnikatelské plánu

- Titulní strana
- Shrnutí
- Konkurence a trhu
- Podnikatelský subjekt
- Výrobní (obchodní) plán
- Marketingový plán
- Organizační plán
- Finanční záměry
- Rizika
- Závěr

Titulní strana

Titulní strana je první to každý vidím tzn. že musí být přehledně a hezky zpracována. Tato část by měla obsahovat: stanovená název společnosti, vybranou právní formu společnosti, určené sídlo, základní kapitál společníků a jejich jména, kontaktní adresy, datum vzniku společnosti, popis společnosti a způsob financování.

Shrnutí

Shrnutí vystihuje stručnou a výstižnou informaci o podnikatelském plánu čím se bude zabývat. Čtenář se následně rozhodne, zda bude v čtení pokračovat či nikoliv.

Konkurence na trhu

Analýza trhu je potřebná pro získání potřebných informací o potenciálním trhu a zákaznících. Kladením otázek potenciálním zákazníkům společnost informuje zákazníky o nabízených výrobcích.

Další průzkum trhu:

- Dodavatelé a odběratelé – zde jsou položeny otázky na kvalitu, spolehlivost, ...
- Konkurenční prostředí – zda je na trhu konkurence
- Inovační trendy – zda je společnost časově udržitelná
- Vývoj

Konkurence, která působí na stejném trhu a poskytuje:

- Stejnou službu či produkt
- Obdobnou službu či produkt
- Substitut

Důležité je, aby konkurence byla důkladně vyhodnocena a zaměřit se na její nedostatky.

Podnikatelský subjekt

Tato část je zaměřena na historii subjektu, kapacity, organizační struktura a současný stav. Obsah podnikatelského subjektu:

- Podnik, historie, právní forma
- Způsob získání počátečního kapitálu
- Důvod založení firmy
- Současný stav

Výrobní (obchodní) plán

Zde je popsán výrobní proces a výrobní kapacity. Pokud se bude podnikatel starat o výrobu, tak:

- Popis strojů a zařízení, které budou použity při výrobě
- Údaje o dodavatelích
- Výrobní suroviny

V opačném případě, když bude část výroby realizována pomocí subdodávek tak musí být odůvodněný výběr. Když podnik nebude vyrábět, tak se tato kapitola bude jmenovat obchodní plán, kde budou popsány informace o nákupu služeb a zboží apod.

Marketingový plán

V této kapitole se budu věnovat SWOT analýze, marketingovému mixu a marketingové strategii.

Cílem SWOT analýzy je zhodnotit vnitřní a vnější faktory, které ovlivňují úspěšnost podniku. Zakladatelem SWOT analýzy je Albert Humphrey, který ji nastínil v šedesátých letech 20. století. Zkratka SWOT je složená z prvních písmen anglických slov:

- strengths – silné stránky
- weaknesses – slabé stránky
- opportunities – příležitosti
- threats – hrozby



Obrázek 8 - Marketingový mix (zdroj: vlastní zpracování)

Marketingový mix je soubor taktických marketingových nástrojů – produktové, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují, upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu. MM je vázán s definovaným segmentem. Skládá se ze čtyř část (Kotler, 2007):

Produkt

Produkt je základ podnikání, kde jsou veškeré služby a výrobky, které se rozhodne společnost nabízet na cílovém trhu. Základní cíl je se odlišit od konkurence, budovat preference a hlavně získat a udržet zákazníka. Na to se váže produktová strategie např. sortiment, řady, produkty, balení, užití a vizuální vlastnosti.

Cena

Cena je nejcitlivějším nástrojem, jako jediný tvoří příjem pro společnost a je velmi důležitý pro rozhodování zákazníka. Mezi základní metody, jak stanovit cenu na produkt patří: nákladová, marketingová a konkurenční.

Místo prodeje

Dostupnost produktu či služby je zásadní faktor pro oslovení co nejvíce zákazníků. Vybírá se cesta k cílovému trhu, aby se dostal na cílový trh.

Propagace a podpora prodeje

Jedná se o sdělování nabídky cílovým zákazníkům. Klade důraz na jejich přesvědčení, aby si produkt koupili. Mezi komunikační nástroje patří např.: podpora prodeje, reklama, PR, přímý marketing.

Marketingová strategie

Marketing je jedna z provázaných součástí organizace. Je to dlouhodobý záměr, který slouží pro splnění určitého cíle. Marketingová strategie patří do strategického procesu společnosti, kde se snaží efektivně rozložit omezení finanční prostředky společnosti k získání konkurenční výhody a zvýšení prodeje. Důležité je získat a udržet podíl na trhu a být lepší než konkurence, a hlavně se zaměřit na zákazníka. Marketingová strategie se má

zabývat: distribučními kanály, propagací aktivit, určité kroky k vývoji produktu a vztah k zákazníkovi. K tomu se používají marketingové výzkumy, jejichž cíl je co nejvíce zjistit o potřebách zákazníků a získat informace o trhu. Když je správně sestavená marketingová strategie, tak se z ní dá sestavit Marketingový plán. Marketingový plán obsahuje soubor opatření potřebných pro realizaci marketingové strategie. V plánu je celkové shrnutí představy (Kotler, 2007).

Organizační plán

Tato část by měla obsahovat organizační strukturu s přidělenými funkcemi, základní údaje o stanovené právní formě podniku s povinnostmi společníků a vedení firmy (vedoucí pracovník). Nemělo by se také opomenout odměňování zaměstnanců.

Finanční záměry

Každý podnikatel chce, aby se mu investice co nejdříve vrátila a dále podnik generoval zisk. Finanční faktory:

- Rozvaha – popisuje údaje o majetku a zdroji krytí
- Výkaz zisku a ztráty – popisuje výnosy a náklady
- Cash flow – popisuje toky peněžních prostředků

Rizika

Rizika spojená s podnikáním mohou vyplývat např. ze slabých stránek, z konkurence, z výroby a mnoha dalších faktorů. Tyto další faktory se musí analyzovat, aby neohrozily realizaci podnikatelského plánu a následně připravit strategii, pomocí které bychom tato rizika odstranili.

Závěr

Na konec podnikatelského plánu je napsáno hodnocení, ze kterého je zjištěno, zda plán lze realizovat. Závěr je také důležitý pro bankovní subjekty, protože na něj kladou velký důraz při poskytování finančních prostředků.

PRAKTICKÁ ČÁST

4 Návrh podnikatelského plánu

Tato část obsahuje praktickou část zpracování podnikatelského plánu se všemi náležitostmi v České republice. Vycházím z předešlé teoretické části.

4.1 Titulní strana

- Název společnosti: Voda pro Vás, s. r. o.
- právní forma podnikání: společnost s ručením omezeným (s. r. o.)
- sídlo společnosti: Špirkova 526, Praha 4 – Kamýk, 142 00
- datum vzniku společnosti: 1.1.2018
- základní kapitál: 200 000 Kč
- společník: Martin Šrámek
- kontakty:

Martin Šrámek

Špirkova 526, Praha 4 – Kamýk, 142 00

martin-sramek@seznam.cz

Tel: 775043597

4.1.1 Popis zakládané společnosti

Společnost Voda pro Vás, s.r.o. bude založena jednou osobou a na trhu bude vystupovat jako společnost s ručením omezeným. Společnost se bude zabývat dodávkou zařízení pro úpravu vody pro průmysl, energetiku, města, obce a domácnosti. Podnik také provádí instalaci potřebných technologií pro dosažení určené kvality vody.

4.1.2 Způsob financování a jeho struktura

Zákon stanoví, že minimální částka pro založení společnosti s ručením omezeným je 1 Kč, ale vlastník se rozhodl, že vloží do podnikání ze svého 200 000 Kč.

4.2 Shrnutí

V následujících částech podnikatelského plánu bude analýza trhu, konkurence na určeném trhu, potom bude následovat stručné představení podniku s cíli a důvodem založení podniku viz relevantní teorie. Na následujících stranách tyto plány:

- obchodní – zde budou popsány zařízení pro technologie (nebo jenom technologie) a informace o dodavatelích
- marketingové – v této kapitole je SWOT analýza a marketingový mix
- organizační – zde bude organizační struktura a odměňování pracovníků
- finanční záměry – v této části budou zahrnuty informace o rozvaze a cash-flow, dále zde budou zisky a ztráty

Po finančních záměrech budou následovat rizika, která mohou ohrozit realizaci podnikatelského plán, pak bude následovat závěrečnému shrnutí.

4.3 Konkurence na trhu

Na počátku podnikatelské činnosti potřebuje podnikatel vědět informace o konkurenci v okolí a být informován jaké postavení bude mít společnost u potenciálních zákazníků.

4.3.1 Průzkum trhu

Primární výzkum by bylo vhodné realizovat pomocí dotazovací formy majitelem firmy, aby zmapoval potenciální trh. Dotazováním se také zjistí, zda potenciální zákazníci mají k dispozici peněžní prostředky a z toho vyplyne dostupný trh. Tím se získá cílový trh, kde by zákazníci chtěli koupit tyto služby a produkty. Dotazování je poměrně jednoduchou, přímou formou k získání informací. Majitel firmy se rozhodl dotazovat pomocí strukturovaného telefonního rozhovoru, a to obvoláváním potenciálních klientů převážně v Praze a v Čechách, případně i na Moravě a ve Slezsku.

4.3.2 Společnost Voda pro Vás a její předpokládané postavení na trhu

Dealerská smlouva

S přihlédnutím k analýze konkurence uvedené v části „2.3 Analýza trhu v oblasti technologií na úpravu vody“ této bakalářské práce, jsem provedl základní vymezení konkurenční výhody společnosti WATERA Czech, kterou hodlám využít v rámci tohoto podnikatelského plánu. Za tuto konkurenční výhodu považuji cenovou politiku této společnosti, kvalitní a výkonnou technologii a dlouhodobou praxi v této oblasti.

Společnost WATERA Czech se rozhodla počínaje rokem 2018 nabízet existujícím i nově vzniklým podnikatelským subjektům spolupráci ve formě dealerství, tj. nekonkurenčního působení na trhu v oblasti technologií na úpravu vody. Tato nabízená spolupráce vytvoří podmínky pro vstup na trh nově vzniklým podnikatelským subjektům, jakož i rozšíření nabízeného sortimentu u již existujících subjektů. Při vymezení podnikatelského plánu společnosti Voda pro Vás, s.r.o. vycházím z dosud dostupných informací, které jsem získal od svého firemního konzultanta a které jsou ke dni zpracování této bakalářské práce k dispozici.

Konkrétní podmínky spolupráce bude upravovat dealerská smlouva, jejíž finální návrh má být zpracován do konce tohoto roku a její uzavření se společností WATERA Czech spol. s r.o. je nezbytným předpokladem tohoto podnikatelského záměru.

V současné době uzavření dealerské smlouvy předpokládá u partnerského subjektu (společnost Voda pro Vás, s.r.o.) zejména:

- existenci podnikatelského subjektu podle platné právní úpravy; u společnosti Voda pro Vás, s.r.o. tedy její vznik
- prokázání potřebných živnostenských oprávnění pro prodej a instalaci zařízení na úpravu vody, a tedy odborné způsobilosti v oboru
- vstupního zaškolení dealerů v rámci vyčleněného sortimentu zakončené zkouškou (písemným testem)
- respektování podmínek určených pro instalaci a servis zařízení (instalační a servisní podmínky)
- respektování stanovených zásad používání registrované obchodní značky „Watera“ (marketingové zásady)
- respektování doporučených prodejních cen zařízení konečným spotřebitelům (zásady cenové politiky)
- respektování platebních a dodacích podmínek (ostatní podmínky)

Na druhé straně bude dealer moci využívat obchodní značku Watera, bude mu garantována dealerskou smlouvou výše slevy z doporučené prodejní ceny zařízení a množstevní slevy za odebrané zboží, odbornou poradenskou podporu při zaškolení a servisu instalovaných zařízení.

4.4 Podnikatelský subjekt

Sídlo společnosti Voda pro Vás, s.r.o. předpokládám v místě mého trvalého bydliště; souhlas s umístěním sídla od vlastníka bytové jednotky bude zajištěn. Toto sídlo bude mít spíše administrativní charakter a nebude v něm provozována podnikatelská činnost; v souvislosti s tím předpokládám, že místně příslušným finančním úřadem pro registraci k DPH bude finanční úřad určený místní příslušností provozovny.

K vlastnímu provádění podnikatelské činnosti bude společnost Voda pro Vás, s.r.o. v pronajatých prostorech umístěných v okrajové části Prahy 4 v

Modřanech, kde bude zřízena a ohlášena stálá provozovna. Nebytové prostory jsou dostupné z veřejné komunikace, je zde možnost parkování pro osobní automobily a jsou dostupné s využitím městské hromadné dopravy.

Základní struktura prostor sloužících podnikání:

- skladovací prostory, včetně malé dílny a možností prodeje (25 m²)
- administrativní plocha (15 m²)
- možnost umístění reklamní tabule u vstupu do areálu (120 x 35 cm)

4.4.1 Cíle podniku

Hlavní cíle společnosti Voda pro Vás, s.r.o. lze rozdělit na:

Krátkodobé:

- spokojení zákazníci
- kvalitní instalace

Dlouhodobé:

- upevnění pozice na trhu
- ochrana životního prostředí
- dosahování stabilního zisku
- dobré jméno společnosti

4.4.2 Způsob získání počátečního kapitálu

Na začátku majitel společnosti vloží 200 000 Kč. Když budou potřeba další finanční prostředky majitel se rozhodne, zda dá do společnosti další peníze nebo si společnost vezme úvěr od nějaké bankovní instituce.

4.4.3 Důvody založení podniku

Mezi primární důvod podnikání patří vytvoření zisku. Dalším zásadním důvodem je osamostatnění. Mezi další důvody patří: získání spokojených zákazníků, získat prestiž a být uznávaná firma, vytvořit pracovní příležitosti, snížit plýtvání vody.

4.5 Obchodní plán

Obchodní plán společnosti Voda pro Vás, s.r.o. je základním nástrojem řízení firmy v oblasti obchodní politiky. Vychází ze zvolené obchodní strategie, která je určena zejména podmínkami stanovenými v dealerské smlouvě se společností WATERA Czech spol. s r.o., jejíž uzavření se předpokládá před zahájením podnikatelské činnosti nově vzniklého podnikatelského subjektu Voda pro vás, s.r.o.

Za sestavení obchodního plánu je odpovědný jednatel společnosti Voda pro Vás, s.r.o., který jej také schvaluje. Plán je sestaven v horizontu jednoho roku a je dále určen pomocí průměrných měsíčních hodnot, které představují jeho rozvržení (rozpis) do jednotlivých kalendářních měsíců. Vzhledem k tomu, že se jedná o zahájení podnikatelské činnosti novým subjektem, bylo k jeho sestavení provést analýzu činnosti stejných nebo obdobných subjektů a získané informace implementovat v podmínkách společnosti Voda pro Vás, s.r.o.

Plán obsahuje základní výkonové ukazatele, a to tržby z prodeje zboží a tržby za služby. Jejich součet za kalendářní rok je kvantitativním vyjádřením základního obchodního cíle společnosti Voda pro Vás, s.r.o. prostřednictvím jednotné měřitelné měny (Kč) a příslušných jednotek množství.

Při sestavení plánu byla použita zejména strategie rozvoje, neboť se jedná o nově vzniklý podnikatelský subjekt.

Obchodní plán na první rok (12 kalendářních měsíců) podnikatelské činnosti společnosti Voda pro Vás, s.r.o. předpokládá dosažení následujících výkonových ukazatelů:

- | | |
|--------------------------------|---------------|
| - tržby z prodeje zboží celkem | 2 040 tis. Kč |
| - tržby za služby celkem | 84 tis. Kč |
| - tržby celkem | 2 124 tis. Kč |

Základní struktura tržeb z prodeje zboží za 12 měsíců:

a) tržby z prodeje zařízení na úpravu vody	1 800 tis. Kč
b) tržby z prodeje náhradních dílů	60 tis. Kč
c) tržby z prodeje spotřebního materiálu a chemikálií	180 tis. Kč

Základní struktura tržeb za služby za 12 měsíců:

a) tržby za instalační služby	60 tis. Kč
b) tržby za ostatní služby	24 tis. Kč

Dosažení plánovaných ročních tržeb předpokládá tyto průměrné měsíční prodeje:

- prodej 10 ks změkčovačů vody pro domácnosti WateraSoft, včetně jejich instalace; průměrná prodejní cena jednoho zařízení bez instalace bude 15 000 Kč; instalace účtovaná zákazníkovi se předpokládá v průměrné výši 1 000 Kč na zařízení, avšak pouze v 50 % případech prodeje, tj. 5 000 Kč měsíčně (záleží na konkrétních podmínkách u zákazníka – v případě technicky nenáročné instalace bude nastavení zařízení, uvedení do provozu součástí prodejní ceny zařízení jako konkurenční výhoda ("přidaná hodnota" společnosti Voda pro Vás, s.r.o.)
- tržby z prodeje náhradních dílů ve výši 5 000 Kč měsíčně; zde se předpokládá postupný nárůst této obchodní činnosti
- tržby z prodeje spotřebního materiálu: prodej textilních filtračních vložek do potrubních filtrů 5-20 mikronů pro domácnosti i podnikatelské subjekty, regenerační sůl krystalická a tabletová, prodej desinfekčních chemikálií (chlornan sodný) ve výši 15 000 Kč průměrně měsíčně

Prodej technologie na úpravu vody (změkčovačů vody) bude uskutečňován prostřednictvím instalací této technologie u zákazníků nebo prodejem přímo v provozovně společnosti Voda pro Vás, s.r.o.

Obdobně se předpokládá realizace prodeje u spotřebního materiálu a pomocných chemických látek pro provoz technologií na úpravu vody; zde se uvažuje i o dodávkách prostřednictvím České pošty nebo jiného nákladově výhodného přepravce (Top-Trans).

Sezónnost tržeb

Výše uvedené měsíční prodeje představují průměrné hodnoty (1/12 ročních obrátových ukazatelů). Při plánování výkonových ukazatelů je však nezbytné přihlédnout nejen k tomu, že se jedná o nově vzniklý podnikatelský subjekt, ale i k sezónním vlivům; na základě provedených analýz lze předpokládat, že tržby z prodeje technologií na úpravu vody budou mít následující skladbu (podíl na celkových tržbách):

- I. Čtvrtletí 5 %
- II. Čtvrtletí 10 %
- III. Čtvrtletí 35 %
- IV. Čtvrtletí 45 %.

Obchodní marže; rentabilita instalační činnosti

Klíčovým prvkem každé obchodní činnosti je obchodní marže. Obchodní plán předpokládá uzavření dealerské smlouvy se společností WATERA Czech spol. s r.o., v rámci, které poskytne společnost WATERA Czech spol. s r.o. společnosti Voda pro Vás, s.r.o. následující slevy z doporučených prodejních (katalogových) cen:

- a) Technologie na úpravu vody (změkčovače WateraSoft) 40 %
- b) Náhradní díly 40 %

Dealerská smlouva dále předpokládá dodávky technologie na úpravu vody a náhradních dílů od společnosti WATERA Czech spol. s r.o. poskytnutí obchodního úvěru (dodávky na fakturu se splatností 30 dnů). Plnění poskytovaná společností Voda pro Vás, s.r.o. budou účtována v hotovosti (seg-

ment domácností) nebo na fakturu se platností 7-14 dnů. To vytvoří předpoklady pro zvládnutí finančních toků (spolu s vkladem společníka) zejména v počátečních obdobích při zahájení podnikatelské činnosti.

Volba vhodných dodavatelů pro spotřební materiál, včetně regeneračních solí a ostatních chemikálií umožní realizovat obchodní marži ve výši více než 50 %.

U tržeb z poskytování služeb (instalace zařízení na úpravu vody, včetně jeho uvedení do provozu, servisní činnost; přeprava) se plánuje dosažení nákladové přírážky ve výši cca 10-15 %.

Stanovení obchodní marže, tržeb z prodeje služeb a nákladů na ně je součástí finančního plánu, který vychází z výše uvedených výkonových ukazatelů a obchodních podmínek.

Vyhodnocování obchodního plánu

Základním předpokladem správně stanoveného a fungujícího obchodního plánu v podmínkách společnosti Voda pro Vás, s.r.o. je jeho pravidelné konfrontování s obchodní praxí, tj. pravidelné měsíční vyhodnocování tohoto plánu v základních ukazatelích.

Vyhodnocení plánu provádí jednatel, který na základě jednoduchého reportu (exportu účetních dat a s doplněním o vybrané provozní informace), provede porovnání s průměrnými měsíčními hodnotami a kumulativně hodnotí dosažené tržby od zahájení podnikatelské činnosti a porovnává je se stanovenými ročními tržbami.

4.6 Marketingový plán

Segmentace zákazníků, zacílení

Na základě získaných informací a dosažených znalostí předpokládám, že společnost Voda pro Vás, s.r.o. bude v první fázi své existence zaměřena na prodej, instalaci a poprodejní servis změkčovačů vody pro vybraný tržní segment zákazníků, a to domácnosti. Z hlediska územního budou klíčovou

zákaznickou skupinou domácnosti na území hlavního města Prahy, části Středočeského kraje a částí Karlovarského a Ústeckého kraje. K této územní segmentaci jsem se rozhodl zejména na základě provedené analýzy domácností s tvrdou a velmi tvrdou vodou.

Dalším významným faktorem zaměření na výše vymezenou zákaznickou skupinu je existence vyšší příjmové úrovně obyvatel těchto oblastí, a tedy i koupěschopné poptávky v těchto oblastech. Hlavní město Praha a střední Čechy představují významnou a ekonomicky silnou aglomeraci s vysokou koncentrací podnikatelských aktivit, což vytváří velmi zajímavé prostředí a předpoklady pro prodej moderních technologií i v rámci segmentu domácností.

Neméně důležitým je rozvoj bytové výstavby v Praze a Středočeském kraji, a to nejen v oblasti bytových jednotek (bytových domů), ale i solitérních i řadových obytných domů. Tento trend, kdy vznikají v blízkosti hlavního města Prahy i jednotlivých měst v rámci Středočeského kraje „satelitní města“, je objektivně exitující jev související se začleněním naší republiky do evropského prostoru.

Významným faktorem, který podporuje můj podnikatelský plán, je také skutečnost, že většina běžných spotřebitelů (domácností) se začala velmi intenzivně zajímat o to, jak kvalitní je voda, kterou pijí a kterou využívají ke svému každodennímu životu. Tento trend souvisí i se současným životním stylem, který klade důraz na zdravotní (wellness) a environmentální hlediska. Běžné domácnosti se stále více zajímají o to, jaké fyzikální, chemické a mikrobiologické vlastnosti má voda, kterou používají. A to nesouvisí jen s lidským zdravím, ale i s tím, jak kvalita pitné vody ovlivňuje technický stav, a tedy i použitelnost přístrojů a zařízení používaných v domácnostech. Tady musím, ačkoliv nerad, zmínit marketingově velice úspěšný produkt, bez kterého většina moderních domácností „nemůže“ existovat – Calgonit, prostředek chránící tepelná tělesa domácích spotřebičů před tvorbou vodního kamene. Ale problém vodního kamene (tvrdé nebo velmi

tvrdé vody) lze vyřešit centrálně pro celou bytovou jednotku, bytový nebo rodinný dům, a to instalací změkčovače na hlavní přívod vody.

4.6.1 Produkt

Z hlediska mého podnikatelského plánu je tedy produktem, na který se společnost Voda pro Vás, s.r.o. prvotně zaměří, je dodávka a instalace změkčovačů vody pro domácnosti, včetně poprodejního servisu. Změkčovače vody pro domácnost představují základní technologii na úpravu vody, jsou postaveny na základě jednoduché reakce - výměny iontů (ionty vápníku a hořčíku jsou zaměněny za ionty sodíku) a mají srozumitelnou (jednoduchou) konstrukci, včetně elektromechanických součástí.

Základní součásti změkčovače WateraSoft jsou zejména:

- ovládací hlava (cyklovač, snímač, elektromotorek na 12 V)
- nádoba změkčovače s distributory a iontoměničem (resinem)
- nádoba na kuchyňskou sůl (chlorid sodný) s plovákem.

Zařízení je dodáváno jako integrované, tvoříce jeden funkční celek (viz fotografie)



Obrázek 9 - Změkčovač (zdroj: vlastní zpracování)

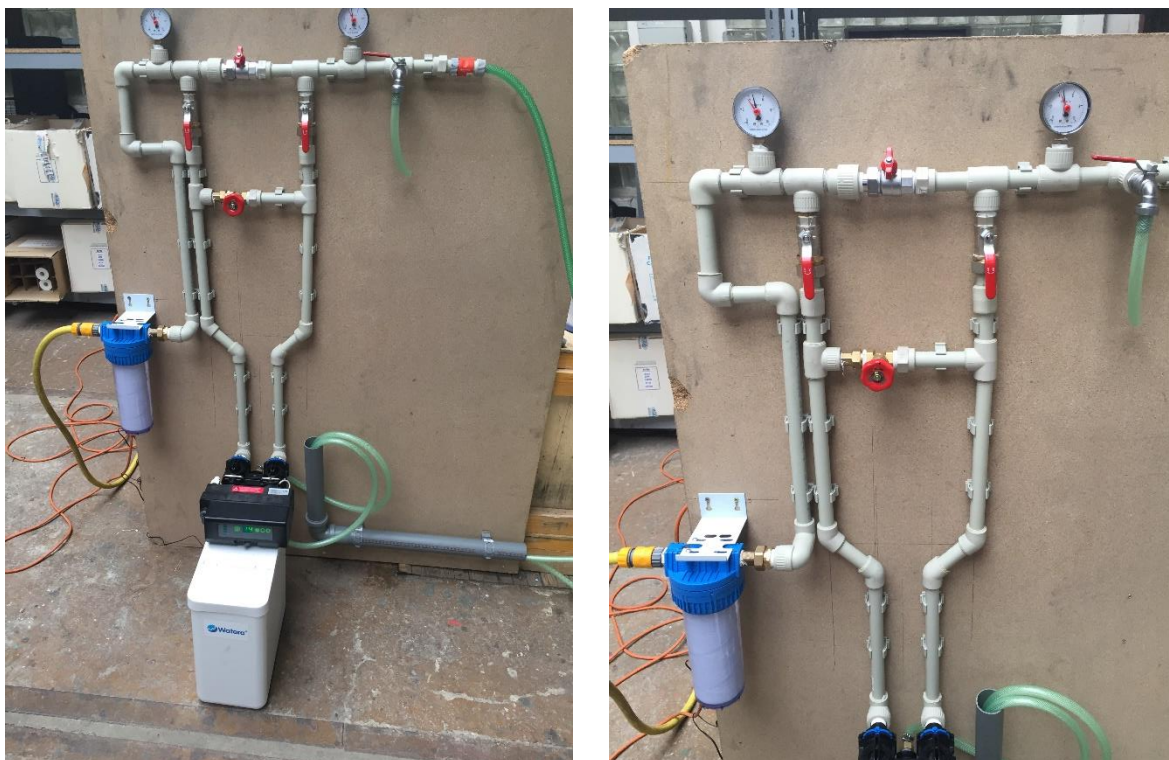
Rozhodující skutečností pro výběr správného změkčovače je zjištění tvrdosti vstupní vody. To obvykle provádíme prostřednictvím jednoduchého kapkového testeru. Při jeho použití postupujeme podle připojeného návodu (obvykle odměříme 20 ml vstupní vody, přidáme činidlo a odečteme počet kapek dalšího činidla, který představuje tvrdost vody).

Stanovení tvrdosti vstupní vody je důležité pro nastavení tzv. výměnné kapacity zařízení (počet m³ upravené vody, po němž nastává regenerace iontoměniče – resinu). Tvrdost vody je udávána v celé řadě stupnic, u našich zařízení WateraSoft využíváme tvrdost ve francouzských stupních. Další velmi důležitou skutečností je předpokládaná průměrná hodinová spotřeba vody (v m³/hod.) a dále spotřeba vody ve špičce. Tyto hodnoty využíváme zejména pro navržení správné kapacity iontoměniče v zařízení, tedy i velikostního typu změkčovače.

Změkčovače nejsou náročné na instalaci u zákazníka ani na poprodejní servis. Instalace vyžaduje prohlídku místa instalace a rozhodnutí, kde zařízení instalovat (nutný přívod vody, elektrická přípojka, odpad), základní instalátérskou přípravu, nastavení zařízení a uvedení do provozu a zaškolení zákazníka, včetně předání veškeré technické a ostatní dokumentace k zařízení (návod k obsluze, prohlášení o shodě atd.).

Změkčovače se instalují na hlavní přívod do bytové jednotky nebo rodinného domu. Obvyklou a doporučenou součástí instalace je mechanický předfiltr (20 mikronový) s výměnnou textilní vložkou. Nezbytný je by-pasový ventil a šoupě, které umožňuje smíšení upravené vody s vodou vstupní, čímž se dosahuje požadované výstupní tvrdosti. Součástí instalace je odvedení regeneračního roztoku do odpadu.

Typovou instalaci změkčovače zachycují fotografie:



Obrázek 10 - Zapojení změkčovače (zdroj: vlastní zpracování)

Další součástí prodejních aktivit společnosti Voda pro Vás, s.r.o. bude prodej náhradních dílů a spotřebního materiálu souvisejícího s technologiemi na úpravu vody. Půjde zejména o náhradní díly na změkčovače WateraSoft, mechanické filtry, drobný instalační materiál, výměnné filtrační vložky do mechanických filtrů. Dále předpokládám prodej regenerační soli pro změkčovací zařízení (sůl krystalická, sůl tabletová), včetně dopravy k zákazníkovi do místa určení (sůl je dodávána v balení po 25 kg).

4.6.2 Cena

Cena produktu – zařízení na změkčování vody – bude stanovena dealerskou smlouvou, kde se společnost Voda pro Vás, s.r.o. zaváže dodržovat doporučené prodejní ceny stanovené společností WATERA Czech spol. s r.o. Na základě provedené analýzy v části 2.2 lze konstatovat, že tyto „doporučené prodejní ceny“ jsou zcela konkurenceschopné a vytvářejí předpoklady pro úspěšný prodej.

Na druhé straně bude společností WATERA Czech spol. s r.o. poskytována:

- sleva z „doporučené prodejní ceny“ ve výši 40 %
- množstevní sleva ve výši 5 % za odebrání zboží překračující stanovený množstevní limit za 1 rok (limity zatím nejsou stanoveny)

Ceny za dopravu, instalaci a servis zařízení na změkčování vody nebudou dealerskou smlouvou upraveny. Zde předpokládám uplatnění obvyklých cen (250-300 Kč za hodinu servisní a instalatérské práce; cena za dopravu v paušální výši pro Prahu a Středočeský kraj ve výši 200–250 Kč). Instalační materiál bude účtován v pořizovací ceně zvýšené o manipulační příplatek ve výši 5 %.

Vzhledem k tomu, že v oblasti instalatérských služeb existuje na trhu velká konkurence a zákazník je velmi citlivý na tzv. vedlejší náklady související s dodávkou a montáží zboží, bude zde zvolena strategie nákladových cen zvýšených o manipulační příplatek.

Cenová politika v oblasti dodávek krystalické a tabletové soli nebude dealerskou smlouvou dotčena. Zde předpokládám dodávky od tuzemských dodavatelů a prodej za obvyklé realizační ceny (8-10 Kč za kg).

4.6.3 Propagace

Před otevřením pobočky se musí společnost rozhodnout, kde bude propagovat svoje výrobky a služby pro potenciální zákazníky.

Způsob propagování

Majitel se rozhodne propagovat svoje služby a výrobky prostřednictvím webových stránek a pomocí internetové reklamy. Využije se reklamní kampaň společnosti WATERA Czech zaměřená na podporu vlastní značky Watera (u zařízení na změkčování vody). Do budoucna se uvažuje o sdružené účasti na vybraném vodárenském veletrhu s dlouhodobou tradicí od roku 1979 „MEZINÁRODNÍ VODOHOSPODÁŘSKÉ VÝSTAVY VODOVODY-KANALIZACE“, který se koná jednou za dva roky v PVA EXPO PRAHA. Každý rok vzrůstá zájem o tuto akci, z pohledu na minulé ročníky. Firmy se zde mohou

zviditelnit a prezentovat své produkty a služby, kde bude hlavně potřeba navázat nové vazby a oslovit co největší počet současných i potencionálních klientů.

Další část bude spočívat v online propagaci, jelikož hodně lidí tráví spoustu času na internetu a každá firma dává hodně peněžních prostředků do internetové reklamy. Základem je zajistit kvalitní internetovou prezentaci a následně investovat do on-line reklamy. Nejdříve je důležité vyřešit základní vlastnosti stránek jako: uživatelské rozhraní, přesvědčivé grafické zpracování, funkce pro správu webu a redakčního systému, a tím pádem mít kvalitně udělanou SEO optimalizaci. Následně je potřeba investovat do reklamních kampaní jako např. CPC kampaně na Skliku, AdWords nebo Facebooku.

4.6.4 Distribuce

Společnost Voda pro Vás, s. r. o. bude upřednostňovat instalaci celkového systému na úpravu vody, úprava stávajícího systému či prodej jednotlivých částí vodního systému. Instalace systému bude navržena pro každého zákazníka zvlášť podle jeho přání a potřeb. Společnost zajistí celou instalaci a s její spuštění ve zvolený termín a čas. Dále mohou zákazníci nakupovat chemikálie na pobočce nebo si je nechat přivést.

Pokud jde o instalaci systému, společnost si vezme 20 % zálohu po schválení plánu a zbytek se doplácí po instalaci systému.

Dále jsem zpracoval do marketingového plánu SWOT analýzu, která vypadá následovně:

Tabulka 2 - SWOT analýza (zdroj: vlastní zpracování)

SWOT analýza		
	silné stránky	slabé stránky
vnitřní prostředí	<ul style="list-style-type: none"> • dostatečné technické vybavení • vlastní zdroje financování • vzdělání zaměstnanců • výhodné umístění prodejny a skladu • poměrně nízké ceny oproti konkurenci • dobře zmapovaný trh • realizace zakázky podle požadavků zákazníků • dostatečná distribuční síť • cenné zkušenosti v daném oboru • kvalitní a rychlý servis 	<ul style="list-style-type: none"> • závislost na dodavatelích • nízké povědomí o značce • velké množství zaběhnuté konkurence
vnější prostředí	příležitosti	hrozby
	<ul style="list-style-type: none"> • růst významu sektoru • vznikající poptávka po technologiích • konkurenceschopnost • zajištění dlouhodobé věrnosti zákazníků 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatek kvalifikovaných pracovníků na trhu práce • vstup nové konkurence na trh • cenové války

Nejdůležitější jsou silné stránky např. dostatečné technické vybavení, vlastní zdroje financování. Slabé stránky odstraním využití příležitostí. Z toho vyplývá, že by podnikatelský plán mohl být úspěšný.

4.7 Organizační plán

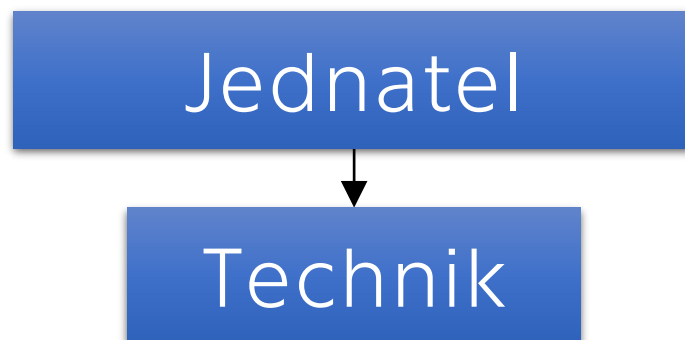
Společnost bych vedl sám a k tomu bych vytvořil organizační strukturu zaměstnanců.

4.7.1 Vedení firmy

Jako majitel bych zastával tyto funkce:

- jednatel společnosti
- školitel nových zaměstnanců
- vedoucí provozu, personalistiky, propagace a marketingu

4.7.2 Organizační struktura společnosti



Obrázek 11 - Organizační struktura (zdroj: vlastní zpracování)

Popis pracovních činností

Jednatel zabezpečuje:

- 1) komplexní nabídku sortimentu zboží a služeb společnosti Voda pro Vás, s. r. o.
- 2) řídí a organizuje dodávku zařízení a jejich instalaci u zákazníka sám a ve spolupráci se servisním technikem
- 3) odpovídá za vedení účetnictví a za plnění všech povinností podnikatelského subjektu
- 4) objednává zboží, provádí jeho převzetí a vydává jej servisnímu technikovi nebo přímo zákazníkovi
- 5) jednatel zabezpečuje plnění platebních a jiných finančních povinností ve spolupráci s účetní firmou

Technik zabezpečuje:

- 1) dodávku a instalaci zařízení na místě
- 2) dodávku náhradních dílů a jejich instalaci
- 3) dodávky regenerační soli; vše podle dispozic jednatele

4.7.3 Odměňování zaměstnanců

Odměňování zaměstnanců má zpravidla dvě základní složky zaprvé to je základní mzda a druhá část jsou benefity – čili odměny navíc.

Pro příklad odměňování jsem si vybral tři pozice manažer, účetní a technik.

Tabulka 3 - Odměňování manažera v KČ (zdroj: vlastní zpracování)

Manažer (jednatel) v KČ	
hrubá mzda	27 500
sociální pojištění placené zaměstnavatelem (25 % z HM)	6 875
zdravotní pojištění placené zaměstnavatelem (9 % z HM)	2 475
super hrubá mzda	36 850
záloha na daň z příjmu (15 % ze SHM)	5 528
záloha na daň po slevách (-2 070 Kč)	3 458
čistá mzda (po odečtení zálohy na daň a pojistného)	26 185
celkové náklady zaměstnavatele na zaměstnance	36 850

Tabulka 4 - Odměňování technika v KČ (zdroj: vlastní zpracování)

Technik v KČ	
hrubá odměna (DPP)	10 000
sociální pojištění placené zaměstnavatelem (25 % z HM)	0
zdravotní pojištění placené zaměstnavatelem (9 % z HM)	0
super hrubá mzda	0
záloha na daň z příjmu (15 % ze SHM)	0
daň ze závislé činnosti vybíraná srážkou (15 % z hrubé odměny)	1 500
čistá mzda (po odečtení zálohy na daň a pojistného)	8 500
celkové náklady zaměstnavatele na zaměstnance	10 000

V prvním roce existence společnost Voda pro Vás, s.r.o. se předpokládá uzavření jedné pracovní smlouvy (pracovní poměr na plný úvazek) a to u pozice manager (jednatel). Servisní technik bude odměňován v prvním roce na dohodu o provedení práce; předpokládá se, že jeho hrubá odměna nepřesáhne 10 tisíc korun měsíčně.

V dalších letech fungování společnosti se předpokládá změna dohody o provedení práce u servisního technika na pracovní smlouvu, a to na základě dosažených výsledků v prodeji a na základě tržeb z poskytování servisní činnosti u nainstalovaných zařízení. Předpokládá se, že zaměstnanci mohou získat benefiční složky jako např.:

- mobilní telefon
- služební vozidlo k soukromým účelům
- příspěvek na stravování
- sick-days

4.8 Finanční záměry

Finanční plán

- I. Vstupní rozvaha
- II. Plán nákladů a výnosů

I. Vstupní rozvaha

Vzhledem k tomu, že budu jediným společníkem společnosti Voda pro Vás, s.r.o., jediný společník složí vklad do základního kapitálu ve výši 200 000 Kč, ačkoliv takto vysoký vklad není zákonem vyžadován. Tato výše byla zvolena s ohledem na potřebu profinancovat vznik a založení obchodní společnosti a zahájení podnikání.

Správce vkladu bude Komerční banka, a.s., pobočka Praha 4, Sofijské náměstí. Jakmile Městský soud v Praze zapíše společnost Voda pro Vás, s.r.o. do obchodního rejstříku a vydá o tom pravomocné usnesení, zřídím u výše uvedené banky běžný účet, na který převedu finanční prostředky vkladu. Tento běžný účet bude používat pro provádění platebních transakcí společnosti. Při zřízení účtu budu požadovat výhodné podmínky, včetně internetového bankovníctví pro ovládání účtu.

Vedle vkladu dále předpokládám profinancování výdajů souvisejících se založením a vznikem společnosti Voda pro Vás, s.r.o.; tyto výdaje budou zachyceny v účetnictví jako závazek vůči společníkovi a po zřízení běžného účtu budou převedeny na můj osobní účet.

Předpokládané „zřizovací“ výdaje:

- Notářský zápis – jednočlenná společnost; zápis do obchodního rejstříku 8 000 Kč (koncept pro notáře připravím za výpomoci rodiny a rodinných přátel)
- poplatek za živnostenská oprávnění (nákup a prodej zboží, instalace): 2 x 1000 Kč = 2 000 Kč
- vzhledem k tomu, že tyto výdaje nepřesáhnou 60 000 Kč, budou zaúčtovány do provozních nákladů společnosti.

Po vzniku společnosti předpokládám, že do společnosti vložím ojetý osobní automobil Škoda Octavia Combi, který bude využíván i jako servisní vozidlo za reprodukční cenu 90 000 Kč (cena bude určena znaleckým posudkem).

Tabulka 5 - Rozvaha k 1.1.2018 v Kč (zdroj: vlastní zpracování)

Rozvaha k 1.1. 2018 v Kč			
Aktiva		Pasiva	
Pohledávky za upsaný vlastní kapitál	200 000	Základní kapitál	200 000

II. Plán nákladů a výnosů

Plán nákladů a výnosů vychází z marketingového plánu a je rozpracováním obchodního plánu, který je uveden v části 4.5 této práce. Plán obsahuje základní výnosové a nákladové ukazatele nezbytné pro sestavení výsledku hospodaření za rok 2018, to je za první rok zahájení podnikatelské činnosti společnosti Voda pro Vás, s.r.o. Jednotlivé výnosové a nákladové položky byly rozděleny do dvou základních kategorií. Měsíční údaje představují průměrné měsíční hodnoty výše uvedených položek (sloupec „měsíčně“). Dále jsou naplánovány jednorázové náklady (sloupec „jednorázově“) – zřizovací výdaje, náklady související s pořízením drobného hmotného majetku (nářadí, servisní a instalační pomůcky ve výši 15 500 Kč) a jednorázové náklady na polepení firemního vozidla.

Plán Obchodní marže vychází z plánovaných tržeb specifikovaných v obchodním plánu a nákladů na prodané zboží, jejichž výše bude převážně určena dealerskou smlouvou uzavřenou se společností WATERA Czech spol. s r.o.

Instalační a případně servisní činnost je kalkulována na základě plánovaných nákladů (přímý materiál, přímé mzdy a ostatní přímé náklady) a přírážkové kalkulace ve výši 10–15 %.

V plánu jsou zahrnuty i náklady na provoz firemního vozidla (pohonné hmoty, náklady na opravu, dálniční kupón, silniční daň) včetně jeho firemního označení.

V rámci položky 6. Ostatní služby je plánováno fixní měsíční nájemné za prostory určené k podnikání v rozsahu potřebném pro provozování podnikatelské činnosti (provozovna). Měsíčné nájemné obsahuje i služby související s nájmem nebytových prostor (vytápění, vodné stočné, spotřeba elektrické energie). Předpokládané marketingové náklady ve výši 18 000 Kč ročně budou využity k profinancování marketingových aktivit uvedených v části 4.6 Marketingový plán.

Finanční plán předpokládá fixní měsíční mzdu jednatele ve výši 27 500 Kč hrubého a uzavření jedné dohody o provedení práce, která nepřesáhne 10 000 Kč.

Finanční plán bude vyhodnocován jednatelem podle jeho potřeby nejméně však po uplynutí každého kalendářního čtvrtletí.

Společnost Voda pro Vás, s.r.o. bude ke dni zahájení své podnikatelské činnosti registrována k příslušným daním (daň z příjmu právnických osob, daň z příjmu fyzických osob ze závislé činnosti, daň ze závislé činnosti vybírána srážkou, silniční daň). Společnost bude také registrována jako plátce daně z přidané hodnoty; všechny položky uvedeném ve finančním plánu jsou hodnoty bez daně z přidané hodnoty.

Tabulka 6 - Plán nákladů a výnosů v Kč (zdroj: vlastní zpracování)

Plán nákladů a výnosů v Kč	měsíčně	jednorázově	Celkem rok 2018
1.Tržby za prodej zboží	170 000 Kč		2 040 000 Kč
a) změkčovače vody	150 000 Kč		1 800 000 Kč
b) náhradní díly	5 000 Kč		60 000 Kč
c) spotřební materiál a chemie	15 000 Kč		180 000 Kč
2. Pořizovací cena zboží:	100 500 Kč		1 206 000 Kč
a) změkčovače	90 000 Kč		1 080 000 Kč
b) náhradní díly	3 000 Kč		36 000 Kč
c) spotřební materiál	7 500 Kč		90 000 Kč
3. Obchodní marže (1.-2.)	69 500 Kč		834 000 Kč
4. Tržby za služby (instalace, doprava)	7 000 Kč		84 000 Kč
5. Materiálové náklady	5 900 Kč	20 000 Kč	90 800 Kč
5.a Materiál na instalaci	3 400 Kč		40 800 Kč
5.b Nákup drobného majetku (nářadí)		15 500 Kč	15 500 Kč
5.c Pohonné hmoty	2 500 Kč		30 000 Kč
5.d Náklad na polepení vozidla		4 500 Kč	4 500 Kč
6. Ostatní služby	21 250 Kč		255 000 Kč
a) nájem + služby za nebytové prostory	16 500 Kč		198 000 Kč
b) ostatní nakupované služby (telefon, internet)	2 500 Kč		30 000 Kč
c) opravy osobního automobilu	750 Kč		9 000 Kč
d) marketingové náklady	1 500 Kč		18 000 Kč
7. Hrubé mzdy	46 180 Kč		554 160 Kč
a) pracovní poměr	27 000 Kč		324 000 Kč
b) dohoda o provedení práce	10 000 Kč		120 000 Kč
c) Sociální a zdravotní pojištění	9 180 Kč		110 160 Kč
8. Ostatní náklady	1 520 Kč	10 000 Kč	28 240 Kč
8.a Silniční daň + dálniční kupón	375 Kč		4 500 Kč
8.b Zřizovací výdaje		10 000 Kč	10 000 Kč
8.c Jiné náklady	300 Kč		3 600 Kč
8.d Odpisy osobního automobilu	845 Kč		10 140 Kč
Výsledek hospodaření (3. + 4. - 5. - 6. - 7. - 8.)	1 650 Kč	-30 000 Kč	-10 200 Kč

4.9 Rizika

Rizika při uplatnění tohoto podnikatelského plánu můžeme rozdělit do dvou skupin:

- vnitřní rizika (duševní a fyzické zdraví jednatele, odborný výkon podnikatelské činnosti z technického a obchodního hlediska)
- vnější rizika (neočekávaný vývoj na trhu, zvýšení konkurenčního působení ostatních podnikatelských subjektů)

S cílem eliminovat výše uvedená rizika budou přijata tato opatření:

- péče o zdravotní stav podnikatele s využitím vhodných volnočasových aktivit, rozšiřování odborných znalostí samostudiem, četba odborné literatury
- uzavření pojistné smlouvy, jejíž předmětem bude pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou výkonem podnikatelské činnosti zákazníků i obchodním partnerům
- důkladná analýza stavu a vývoje konkurence v oblasti technologií na úpravu vody se zaměřením na proces změkčování a filtrace

4.10 Závěr

Z obchodního plánu a finančního záměru vyplývá, že realizace nového podniku je možná a když bude úspěšný tak si najde na trhu své místo. Rozhodování bankovních subjektů pro tento podnikatelský plán by mělo být kladné.

5 Doporučení k implementaci

Základem úspěšné implementace tohoto podnikatelského plánu je:

1. uzavření dealerské smlouvy se společností WATERA Czech spol. s r.o.
2. vhodné personální obsazení pozice jednatele a servisního technika
3. odborné řízení podnikatelské činnosti
4. provádění kontroly přijatých opatření, dodržování obchodních finančních a daňových povinností tohoto podnikatelského subjektu
5. pravidelné (měsíční, čtvrtletní, roční) vyhodnocování podnikatelského plánu, včetně plánu prodeje s návrhem případných opatření k odstranění odchylek

Podnikatelský plán bude vyhodnocen komplexně po uplynutí 12 měsíců (kalendářního roku) z pohledu stanovených cílů v oblasti obchodní, finanční a personální. Výsledky tohoto ročního souhrnného vyhodnocení budou velmi důležitým podkladem pro stanovení cílů nově založeného technologicky zaměřeného podniku.

6 Shrnutí výsledků

Zadaný cíl bakalářské práce považuji za splněný, protože navržený podnikatelský plán vychází z provedené tržní analýzy, představuje základní pohled na uplatněné technologie v oblasti úpravy vody a poskytování služeb souvisejících s těmito technologiemi.

Podnikatelský plán nově založené společnosti Voda pro Vás, s.r.o. vychází z provedené analýzy trhu a předpokládá uzavření dealerské smlouvy se společností WATERA Czech spol. s r.o. která je nositelem vysoké technologické úrovně v oblasti zařízení na úpravu vody. Nově založený podnikatelský subjekt zahájí svojí podnikatelskou činnost zejména v oblasti prodeje a instalací vybraných technologií na úpravu vody (změkčovače WateraSoft), náhradních dílů a spotřebního materiálu včetně příslušných chemikálií pro provoz těchto technologií.

Zvolený podnikatelský plán vytváří předpoklady pro úspěšné zahájení a provozování podnikatelské činnosti v této oblasti, přičemž vychází z zpracovaného marketingové a obchodního plánu. Nedílnou součástí podnikatelského plánu je predikce základních finančních vztahů a předpokladů pro dosažení ekonomické samostatnosti nově vzniklého subjektu.

Personální obsazení a zvolená organizační struktura umožňuje efektivně vykonávat podnikatelskou činnost a vytváří předpoklady pro další rozvoj nově založené obchodní společnosti.

Volba moderních technologií a analýza potřeb potencionálních zákazníků Voda pro Vás, s.r.o. představuje také inovativní přístup v oblasti technologií na úpravu vody a je ohleduplná k životnímu prostředí.

Podnikatelský plán vychází z praktických znalostí získaných studiem a odbornými konzultacemi z podnikové praxe, které jsem využil a implementoval v podmínkách nově vzniklého technologicky zaměřeného podniku.

Bakalářská práce stanovuje základní předpoklady pro vznik a fungování nově založeného podnikatelského subjektu v podmínkách vysoce konkurenčního prostředí.

Práce obsahuje základní administrativně právní, marketingové a finanční charakteristiky nově vzniklého technologicky zaměřeného podniku je základním vodítkem pro praktickou implementaci tohoto projektu na českém trhu.

Použitá literatura

1. ABRAMS, Rhonda a Julie VALLONE, 2007. *Obchodní plán: vytvořte ho správně a rychle!*. Hodkovičky [Praha]: Pragma. ISBN 9788073490522.
2. BINDZAR, Jan, 2011. *Základy úpravy a čištění vod*. Vydání první. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická. ISBN 9788070807293.
3. BLACKWELL, Edward, 1993. *Podnikatelský plán: Business Guides. Průvodce pro malé a střední podnikatele*. Praha: Readers International. ISBN 8090145418.
4. ČERVENÝ, Radim, 2014. *Business plán: krok za krokem*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck. C.H. Beck pro praxi. ISBN 9788074005114.
5. ELIÁŠ, Karel a Marek SVATOŠ, 2012. *Nový občanský zákoník 2014: rejstřík : redakční uzávěrka 26.3.2012*. 2012. Ostrava: Sagit. ÚZ. ISBN 9788072089208.
6. *IPodnikatel.cz* [online], b.r. [cit. 2016-12-15]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/>
7. KOTLER, Philip, 2007. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 9788024715452.
8. MCDONALD, Malcolm a Hugh WILSON, 2012. *Marketingový plán: příprava a úspěšná realizace*. 1. vyd. Brno: BizBooks. ISBN 9788026500148.
9. SOUČEK, Zdeněk, 2015. *Strategie úspěšného podniku: symbióza kreativity a disciplíny*. Vydání první. V Praze: C.H. Beck. ISBN 9788074005725.
10. SRPOVÁ, Jitka, 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 9788024741031.
11. SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ, 2010. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. Expert. ISBN 9788024733395.
12. SYNEK, Miloslav, 1996. *Manažerská ekonomika*. Vyd. 1. Praha: Grada. ISBN 8071692115.
13. WATERA Czech spol. s r.o., Firemní prezentace, Praha, 2016.
14. Watera International S. A., Firemní prezentace, Luxemburg, 2016.

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Struktura společnosti Watera International (zdroj: Watera International S. A.)	14
Obrázek 2 - Změkčovače vody pro domácnosti (zdroj: vlastní zpracování)	20
Obrázek 3 - Reverzní osmózy (zdroj: vlastní zpracování)	20
Obrázek 4 - Definice trhu (zdroj: vlastní zpracování)	22
Obrázek 5 - Resin (zdroj: vlastní zpracování)	28
Obrázek 6 - Filtry (zdroj: vlastní zpracování)	29
Obrázek 7 - Reverzní osmóza (zdroj: vlastní zpracování)	30
Obrázek 8 - Marketingový mix (zdroj: vlastní zpracování)	37
Obrázek 9 - Změkčovač (zdroj: vlastní zpracování)	51
Obrázek 10 - Zapojení změkčovače (zdroj: vlastní zpracování)	53
Obrázek 11 - Organizační struktura (zdroj: vlastní zpracování)	57

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Společnost s ručením omezeným (s. r. o.) (zdroj: vlastní zpracování).....	25
Tabulka 2 - SWOT analýza (zdroj: vlastní zpracování).....	56
Tabulka 3 - Odměňování manažera v KČ (zdroj: vlastní zpracování).....	58
Tabulka 4 - Odměňování technika v KČ (zdroj: vlastní zpracování).....	58
Tabulka 5 - Rozvaha k 1.1.2018 v KČ (zdroj: vlastní zpracování).....	60
Tabulka 6 - Plán nákladů a výnosů v KČ (zdroj: vlastní zpracování).....	62

Evidence výpůjček

Prohlášení:

Dávám svolení k půjčování této bakalářské práce. Uživatel potvrzuje svým podpisem, že bude tuto práci řádně citovat v seznamu použité literatury.

Jméno a příjmení: Martin Šrámek

V Praze dne: 04. 05. 2017

Podpis:

Jméno	Oddělení/ Pracoviště	Datum	Podpis