

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Finance a řízení

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR NA ZALOŽENÍ VLASTNÍ
ÚČETNÍ FIRMY

Bakalářská práce

Autor práce: Simona Marková

Vedoucí práce: Ing. Lenka Lízalová, Ph.D.

Jihlava 2023

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce: **Šimona Marková**

Studijní program: Finance a řízení

Obor: Finance a řízení

Garant studijního programu: Ing. Roman Fiala, Ph.D.

Název práce: **Podnikatelský záměr na založení vlastní účetní firmy**

Vedoucí práce: Ing. Lenka Lízalová, Ph.D.

Cíl práce: Cílem bakalářské práce bude zpracování podnikatelského záměru pro založení vlastní účetní firmy. V teoretické části bakalářské práce budou osvětleny základní pojmy podnikání a představeny možnosti volby právní formy pro uvažovaný podnik. Teoretická část bakalářské práce postihne potřebnou teorii pro sestavení podnikatelského záměru. Praktická část bakalářské práce pak bude obsahovat konkrétní podnikatelský plán na 5 let, s důrazem na finanční plán záměru. Zakladatelský rozpočet bude zpracován ve třech variantách a to s ohledem na možná rizika předpokládaného podnikání.

Abstrakt

Bakalářská práce zpracovává podnikatelský záměr pro založení vlastní účetní firmy. V teoretické části bakalářské práce jsou osvětleny základní pojmy podnikání a představeny možnosti volby právní formy pro uvažovaný podnik. Teoretická část bakalářské práce obsahuje potřebnou teorii pro sestavení podnikatelského záměru. Praktická část bakalářské práce obsahuje konkrétní podnikatelský plán na 5 let, s důrazem na finanční plán záměru. Zakladatelský rozpočet je zpracován ve třech variantách, a to s ohledem na možná rizika předpokládaného podnikání.

Klíčová slova

podnikatelský záměr, účetnictví, finanční plán, podnikatelské riziko

Abstract

The bachelor thesis will elaborate a business plan for the establishment of the own accounting firm. In the theoretical part of the bachelor thesis the basic concepts of entrepreneurship will be explained and the possibilities of choosing the legal form for the considered enterprise will be presented. The theoretical part of the bachelor thesis will cover the necessary theory for the preparation of the business plan. The practical part of the bachelor thesis will then contain a concrete business plan for 5 years, with emphasis on the financial plan of the plan. The founding budget will be prepared in three variants, taking into account the possible risks of the envisaged business.

Keywords

business plan, accounting, financial plan, business risk

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje **AZ**, zejména § 60 (školní dílo).

Podle § 47b zákona o vysokých školách souhlasím se zveřejněním své práce podle směrnice prorektora pro studium č. 2/2020, a to bez ohledu na výsledek obhajoby.

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mě požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 13. června 2023

.....
Podpis studentky

Poděkování

Ráda bych poděkovala Ing. Lence Lízalové, Ph.D., za její podporu a příležitostné rady v situacích, kdy jsem si nebyla jistá svými znalostmi. Její cenné rady a připomínky vždy přicházely vhod. Děkuji jí za čas, který mi věnovala.

OBSAH

Seznam obrázků	7
Seznam vzorců	8
Seznam tabulek	9
Seznam zkratk	10
Úvod a cíl práce	11
1 Teoretická část	12
1.1 Podnikání	12
1.1.1 Pojmy podnikání a podnikatel	12
1.1.2 Právní formy podnikání	12
1.2 Účetnictví	19
1.2.1 Vznik účetnictví	19
1.2.2 Účetní praxe	19
1.3 Podnikatelský plán	20
1.3.1 Struktura podnikatelského plánu	20
2 Praktická část	28
2.1 Titulní strana	28
2.1.1 Výběr právní formy	29
2.2 Shrnutí	30
2.3 Charakteristika služby	31
2.4 Analýza trhu	32
2.4.1 PESTLE analýza	32
2.4.2 Analýza pěti sil	33
2.4.3 SWOT analýza	33
2.5 Analýza konkurence	36
2.6 Analýza dodavatele	37
2.7 Marketing	38
2.7.1 Cílová skupina	38
2.7.2 „4 P“	39
2.8 Finanční plán	41
2.8.1 Zakladatelský rozpočet	41
2.8.2 Zakladatelská rozvaha	42
2.8.3 Odhadované roční náklady a výnosy	43
2.8.4 Přehled zisku a ztrát	45
2.8.5 Rozvaha	46
2.8.6 Výkaz cash flow	46
2.9 Analýza rizik	49
3 Vyhodnocení	50
3.1 Ukazatel rentability aktiv (ROA)	50
3.2 Ukazatel rentability vlastního kapitálu (ROE)	50
Závěr	51
Seznam použité literatury	52

Seznam obrázků

Obrázek 1 Právní formy podnikání (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018).....	13
Obrázek 2 Přehled sekcí NACE (czso.cz).....	15
Obrázek 3 PESTLE analýza (Dědina, Odcházal, 2007)	23
Obrázek 4 SWOT analýza (Jakubíková, 2008)	23
Obrázek 5 Čtyři složky marketingového mixu (Kotler, 2007).....	24
Obrázek 6 Provázanost účetních výkazů (Šteker, 2021)	26
Obrázek 7 Logo společnosti (vlastní zpracování - canva.com).....	28
Obrázek 8 Logo společnosti (vlastní zpracování pomocí canva.com)	54

Seznam vzorců

Vzorec 1 Vzorec ROE (vlastní zpracování dle Krutiny, 2014)	26
Vzorec 2 Vzorec ROA (vlastní zpracování dle Krutiny, 2014)	26
Vzorec 3 Vzorec bodu zvratu (vlastní zpracování dle Krutiny, 2014)	27

Seznam tabulek

Tabulka 1 Výhody a nevýhody živnostenského podnikání (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)	14
Tabulka 2 Třídění podniků dle kategorií ÚJ (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)	16
Tabulka 3 Výhody a nevýhody v.o.s. (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)	16
Tabulka 4 Výhody a nevýhody k.s. (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)	17
Tabulka 5 Výhody a nevýhody s.r.o. (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)	18
Tabulka 6 Výhody a nevýhody a.s. (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)	18
Tabulka 7 SWOT analýza (vlastní zpracování)	35
Tabulka 8 Analýza konkurence (vlastní zpracování, data k 12.5.2023)	36
Tabulka 9 Přehled o počtu OSVČ za kraj Vysočina k 31.12.2022 (cssz.cz)	38
Tabulka 10 Ceník poskytovaných služeb (vlastní zpracování)	39
Tabulka 11 Náklady spojené s propagací (vlastní zpracování)	40
Tabulka 12 Náklady na vybavení kanceláře 1/2023 v Kč (vlastní zpracování)	41
Tabulka 13 Provozní náklady 1/2023 v Kč (vlastní zpracování)	42
Tabulka 14 Počáteční náklady 1/2023 v Kč (vlastní zpracování)	42
Tabulka 15 Zakladatelská rozvaha k 1.1.2023 v Kč (vlastní zpracování)	42
Tabulka 16 Odhadované náklady pro 5 let podnikání v Kč (vlastní zpracování)	43
Tabulka 17 Odhadované výsledky hospodaření pro 5 let podnikání v Kč (vlastní zpracování) ..	45
Tabulka 18 Přehled zisku a ztrát v prvním roce 2023 v Kč (vlastní zpracování)	45
Tabulka 19 Přehled zisku a ztrát v dalších letech 2024-2027 (vlastní zpracování)	46
Tabulka 20 Rozvaha v letech 2023-2027 v realistické variantě v Kč (vlastní zpracování)	46
Tabulka 21 Cash flow – realistická varianta rok 1/2023–6/2023 v Kč (vlastní zpracování)	47
Tabulka 22 Cash flow – realistická varianta rok 7/2023–12/2023 (vlastní zpracování)	48
Tabulka 23 Roční výkaz cash flow pro 1. rok, realistická varianta (vlastní zpracování)	48
Tabulka 24 Analýza rizik (vlastní zpracování)	49
Tabulka 25 Výsledky ROA za rok 2024-2027 (vlastní zpracování)	50
Tabulka 26 Výsledky ROE za rok 2024-2027 (vlastní zpracování)	50

Seznam zkratk

CK	cizí kapitál
ČSÚ	Český statistický úřad
DM	dlouhodobý majetek
DPPO	daň z příjmu právnické osoby
FO	fyzická osoba
KS	konečný stav
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná
PO	právnická osoba
PS	počáteční stav
SSZ	Správa sociálního zabezpečení
VH	výsledek hospodaření
VK	vlastní kapitál
ÚJ	účetní jednotka
ZK	základní kapitál

Úvod a cíl práce

V dnešní době, ve světě plném rozmanitých podnikatelských možností a neustále se rozvíjícím tržním prostředím, je podnikání stále populárnější a přitahuje mnoho lidí, kteří mají touhu založit svou vlastní firmu a být nezávislí. S tímto rostoucím zájmem o podnikání se však zvyšuje také potřeba kvalitních účetních služeb, které jsou pro každého podnikatele nezbytné pro úspěšné řízení, plánování jeho firmy a pro plnění legislativních povinností ve vztahu ke státním institucím.

Založení účetní firmy se tak stává zajímavým podnikatelským záměrem, který může nabídnout mnoho příležitostí a přinést značný zisk. Účetní firmy hrají klíčovou roli ve finančním a daňovém poradenství a správě účetnictví pro své klienty. Poskytování kvalitních účetních služeb je důležité nejen pro splnění legislativních požadavků, ale také pro efektivní řízení podniku a zajištění finanční stability.

Při zakládání a vedení účetní firmy je třeba zvážit mnoho aspektů. Jednou z nich jsou odborné znalosti v oblasti účetnictví, daní a právních předpisů, které jsou nepostradatelné pro poskytování kvalitních služeb a poradenství klientům. Účetní firma by měla mít tým zkušených odborníků s potřebnou kvalifikací nejen k řádnému vedení účetní evidence, ale také k tomu, aby byla schopna klientům poradit v oblastech jako jsou daňová optimalizace, plánování rozpočtu nebo finanční řízení.

Dalším důležitým faktorem je technologická infrastruktura a software, který umožňuje účetní firmě efektivně spravovat účetnictví a zpracovávat finanční data. Moderní účetní systémy a software umožňují automatizaci rutinních úkolů, což zvyšuje produktivitu a snižuje chybovost. Zavedení uvedených technologií do praxe může účetní firmě pomoci získat konkurenční výhodu a zlepšit kvalitu poskytovaných služeb.

Cílem této práce je vytvořit podnikatelský záměr na založení vlastní firmy, kde bude popsán podnikatelský plán na 5 let s důrazem na finanční plán záměru. V rámci finančního plánu budou zpracovány tři varianty zakladatelského rozpočtu s ohledem na možná rizika předpokládaného podnikání. Tyto varianty budou zohledňovat různé scénáře a faktory, jako je konkurence na trhu, počet potenciálních zákazníků, počáteční investice a vývoj trhu.

V rámci podnikatelského záměru na založení vlastní účetní firmy je nezbytné pečlivě promyslet a zohlednit mnoho faktorů a aspektů. Především je důležité stanovit si jasnou vizi a poslání firmy, které bude sloužit jako základ pro veškeré rozhodování a strategické plánování.

1 Teoretická část

Teoretická část bakalářské práce se zaměřuje především na popis základních pojmů, se kterými by měli být budoucí podnikatelé obeznámeni. Mezi podstatné znalosti začínajících podnikatelů patří rozdíly mezi podnikání právnických a fyzických osob, členění právních forem podnikání, pojem účetnictví a podnikatelský plán.

1.1 Podnikání

Jak uvádí Bednářová a Škodová Parmová (2003) vůle stát se podnikatelem je rozhodnutí skoro na celý život. Ambice, touha, ani samotné jmění však nestačí. Před samotným začátkem podnikání je důležité pečlivě zvážit a rozhodnout o mnoha osobních, technických, obchodních, ekonomických, právních a organizačních aspektech. Tyto faktory často přinášejí skutečné výzvy a rizika.

1.1.1 Pojmy podnikání a podnikatel

PODNIKÁNÍ

Občanský zákoník přebírá místo obchodního zákoníku a vymezuje podnikání jako pravidelnou činnost vykonávanou samostatně podnikatelem pod jeho vlastním jménem a s plnou odpovědností, s cílem dosáhnout zisku.

PODNIKATEL

Podnikatel může být jednotlivec (FO) nebo osoba právnická (zejména obchodní společnosti). Podle občanského zákoníku je podnikatelem:

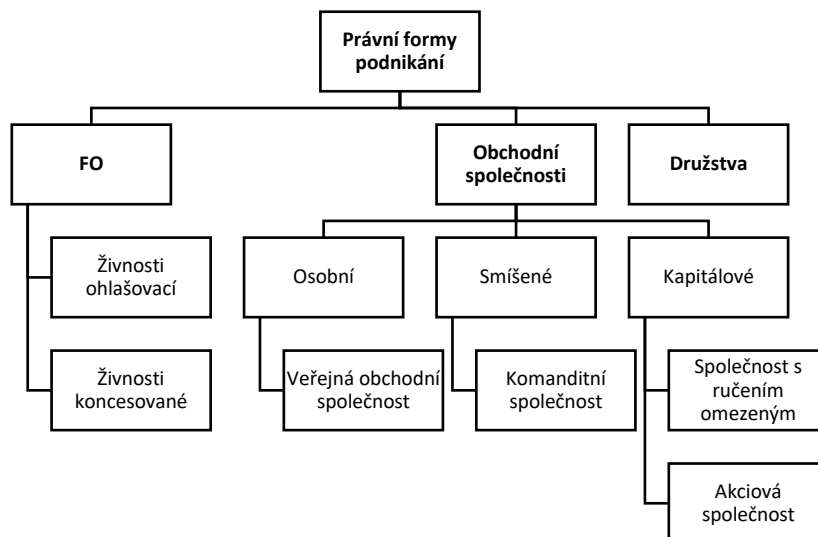
- osoba zapsaná v obchodním rejstříku;
- osoba podnikající na základě živnostenského oprávnění;
- FO provozující zemědělskou výrobu a je zapsaná do evidence podle zvláštního předpisu
- osoba podnikající na základě jiného oprávnění podle zvláštních předpisů (Bednářová a Škodová Parmová, 2020).

1.1.2 Právní formy podnikání

Při volbě podnikání je důležité brát v úvahu následující faktory:

- Potřebný počáteční a budoucí kapitál: Různé formy podnikání vyžadují různé množství kapitálu pro svůj start a budoucí provoz.
- Daňové zatížení: Hlavním cílem je snížit daňové zatížení firem rychleji než u jednotlivců.
- Kontrola nad firmou: Při partnerství může nastat problém, kdy se část kontroly předává jiné osobě.
- Náklady na založení: Zvláště při určitých formách podnikání je třeba zvážit asistenci právní kanceláře při založení.

- Manažerské předpoklady: Je důležité zvážit, zda má podnikatel dostatečné dovednosti a zkušenosti pro řízení finanční stránky podnikání.
- Vlastnictví firmy: Opět se pro různé formy podnikání liší snadnost převodu například na děti nebo prodej cizí osobě (Schindlerová, 2012).



Obrázek 1 Právní formy podnikání (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)

1.1.2.1 Podnikání FO

Fyzická osoba (FO) se může věnovat podnikání buď podle živnostenského zákona, nebo při činnostech, které jsou vyjmuty z oblasti živnostenského podnikání a jsou upraveny jinými zákony (například lékaři, notáři...).

Pro provozování živnostenského podnikání, takzvané živnosti, je nutné mít živnostenské oprávnění. Živnost mohou provozovat jak FO, tak právnické osoby (PO). K získání živnostenského oprávnění a provozování živnosti na území České republiky je nezbytné splnit podmínky stanovené živnostenským zákonem.

Pro provozování jakékoli živnosti je třeba splnit obecné podmínky, jako je plná svéprávnost a bezúhonnost. U některých živností je navíc vyžadována odborná kvalifikace nebo jiná forma způsobilosti.

Pro ohlašovací živnost:

- volnou – odborná způsobilost není stanovena;
- řemeslnou – stanovena odborná způsobilost. Podmínkou je buď výuční list, maturita v oboru, vyšší odborné vzdělání, vysokoškolské vzdělání, rekvalifikace nebo šestiletá praxe v oboru;
- vázanou – odborná způsobilost je upravena zvláštními právními předpisy uvedenými v příloze č.2 živnostenského zákona nebo je stanovena touto přílohou.

Pro koncesovanou živnost:

- kromě splnění odborné způsobilosti je podmínkou získání i kladné vyjádření příslušného orgánu SS, koncesované živnosti jsou uvedeny v příloze č.3 živnostenského zákona.

K ohlášení živnosti nebo žádosti o koncesi jsou potřebné:

- občanský průkaz;
- doklady k doložení odborné či zvláštní způsobilosti (pro řemeslnou, vázanou a koncesovanou živnost);
- doklad prokazující právní důvod pro užívání prostor sídla, popř. i provozovny;
- doklad o zaplacení správního poplatku (zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon).

Výhody a nevýhody živnostenského podnikání jsou uvedeny v tabulce níže.

Výhody	Nevýhody
Malý kapitál k zahájení živnosti.	Obtížný přístup ke kapitálu.
Jednoduché založení.	Omezená působnost.
Neexistuje centrální regulace konkrétních živností.	Neomezené ručení.
Firma není zdaňována jako právnická osoba, živnostníci pouze platí daň z příjmu FO.	Délka živnosti v podniku je dána délkou života majitele.

Tabulka 1 Výhody a nevýhody živnostenského podnikání (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)

1.1.2.2 Podnikání PO

Vznik obchodních společností a družstev probíhá ve dvou fázích. První fáze se nazývá založení společnosti, zatímco druhá fáze se vztahuje ke vzniku společnosti jako právnické osoby, což se stane v okamžiku jejího zápisu do obchodního rejstříku. Samotné založení společnosti však ještě neznamená její právní existenci. V období mezi založením a vznikem obchodní společnost nemá právní subjektivitu (nesmí nabývat práv a povinností ani svým vlastním jednáním ani jednáním jiných osob) a neexistují zde ani její orgány. Společníci jsou v této fázi zatím pouze ve statutu zakladatelů. Společnost zatím nemůže nabývat práva a povinnosti ani jednat jménem společnosti. V praxi to znamená, že společnost nemůže uzavírat smlouvy, získávat majetek nebo se zavazovat k jakýmkoli závazkům.

Druhá fáze, která je završena zápisem společnosti do obchodního rejstříku, je klíčovým okamžikem vzniku společnosti jako právnické osoby. Po provedení zápisu společnosti do obchodního rejstříku nabývá společnost právní subjektivity a stává se samostatným právním útvarem. Od tohoto okamžiku společnost může jednat vlastním jménem, nabývat práva a povinnosti, uzavírat smlouvy a vykonávat jiné právní aktivity.

Také v této fázi vznikají orgány společnosti, jako například valná hromada, představenstvo nebo dozorčí rada, podle struktury společnosti stanovené ve stanovách a výběru právní formy podnikání. Tyto orgány mají pravomoc rozhodovat o záležitostech společnosti a spravovat její činnost.

Podniky můžeme členit podle mnoha hledisek:

- podle příslušnosti k hospodářským odvětvím, tj. klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) – jedná se o hierarchicky uspořádané třídění ekonomických činností stanovené Českým statistickým úřadem
- podle velikosti a rozsahu činnosti – podniky malé, střední a velké
- podle právní formy podnikání (Holečková, 2018)

Klasifikace CZ-NACE je tvořena:

- první úrovní, jejíž položky jsou označeny jednomístným písmenným kódem (sekce);
- druhou úrovní, jejíž položky jsou označeny dvoumístným číselným kódem (oddíly);
- třetí úrovní, jejíž položky jsou označeny trojmístným číselným kódem (skupiny);
- čtvrtou úrovní, jejíž položky jsou označeny čtyřmístným číselným kódem (třídy);
- pátou úrovní, jejíž položky jsou označeny pětímístným číselným kódem (podtřídy).

Kód (alfabetický)	Název
A	Zemědělství, lesnictví a rybářství
B	Těžba a dobývání
C	Zpracovatelský průmysl
D	Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu
E	Zásobování vodou; činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi
F	Stavebnictví
G	Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel
H	Doprava a skladování
I	Ubytování, stravování a pohostinství
J	Informační a komunikační činnosti
K	Peněžnictví a pojišťovnictví
L	Činnosti v oblasti nemovitostí
M	Profesní, vědecké a technické činnosti
N	Administrativní a podpůrné činnosti
O	Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení
P	Vzdělávání
Q	Zdravotní a sociální péče
R	Kulturní, zábavní a rekreační činnosti
S	Ostatní činnosti
T	Činnosti domácností jako zaměstnavatelů; činnosti domácností produkujících blíže neurčené výrobky a služby pro vlastní potřebu
U	Činnosti exteritoriálních organizací a orgánů

Obrázek 2 Přehled sekcí NACE (czso.cz)

Do členění podle velikosti lze zařadit i členění podniků dle novely zákona o účetnictví (zákon č. 563/1991 Sb.) z roku 2016. Dle tohoto zákona lze rozlišit 4 kategorie účetních jednotek:

- mikro,
- malou,
- střední,
- velkou.

Kategorie ÚJ	Aktiva netto celkem (mil. Kč)	Čistý roční obrát (mil. Kč)	Počet zaměstnanců
mikro	9	18	10
malá	100	200	50
střední	500	1000	250
velká	>500	>1000	>250

Tabulka 2 Třídění podniků dle kategorií ÚJ (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)

Osobní obchodní společnosti

Osobní obchodní společnosti jsou vytvářeny a vlastněny dvěma nebo více jednotlivci, kteří sdílí zisky a také sdílí odpovědnost za případné ztráty. Tato forma společnosti může být založena buď za účelem podnikání, nebo za účelem správy vlastního majetku. Nejvyšším orgánem v osobní obchodní společnosti jsou všichni její společníci. Každý společník se stává statutárním orgánem této společnosti. Existují dvě formy obchodních společností:

Veřejná obchodní společnost

Veřejná obchodní společnost je společnost alespoň dvou osob, které se účastní na jejím podnikání nebo správě jejího majetku a ručí za její dluhy společně a nerozdílně. Firma obsahuje označení „veřejná obchodní společnost“, které může být nahrazeno zkratkou „veř. obch. spol.“ nebo „v. o. s.“. Vzájemné právní poměry společníků se řídí společenskou smlouvou. Není-li ve společenské smlouvě dohodnuto jinak, jsou podíly společníků stejné.

Výhody a nevýhody veřejné obchodní společnosti jsou uvedeny v Tabulce 3.

Výhody	Nevýhody
Není nutný počáteční kapitál	Neomezené ručení společníků
Vystoupení společníků ze společnosti je poměrně jednoduché	Nebezpečí konfliktu mezi společníky vyplývající z neomezeného ručení
Zisk je rozdělen mezi společníky a zdaněn daní z příjmů FO	Ve společnosti musejí být minimálně 2 společníci, tudíž může nastat problém při odchodu jednoho z nich

Tabulka 3 Výhody a nevýhody v.o.s. (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)

Komanditní společnost

Komanditní společnost je společnost, v níž alespoň jeden společník ručí za její dluhy omezeně (dále jen „komanditista“) a minimálně jeden společník neomezeně (dále jen „komplementář“). Podíly komanditistů se určují podle poměru jejich vkladů. Výše vypořádacího podílu komanditisty se určí podle pravidel stanovených tímto zákonem pro vypořádací podíl ve společnosti s ručením omezeným. Za dluhy společnosti ručí komanditista s ostatními společníky společně a nerozdílně do výše svého nesplaceného vkladu podle stavu zápisu v obchodním rejstříku (Zákon č. 90/2012 Sb. o obchodních korporacích).

Výhody a nevýhody komanditní společnosti jsou uvedeny v Tabulce 4.

Výhody	Nevýhody
Není nutný velký ZK – povinné jsou pouze vklady komanditistů.	Neomezené ručení komplementářů.
Zisk komplementářů podléhá pouze dani z příjmu FO.	Podíl na zisku je u komanditistů zdaněn daní z příjmů PO a při vyplacení ještě srážkovou daní.
Komanditista má nárok nahlížet do účetních knih a kontrolovat hospodaření společnosti.	Vzhledem k tomu, že komplementáři i komanditisté nesou jinou míru rizika, mohou vznikat určité spory.

Tabulka 4 Výhody a nevýhody k.s. (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)

Kapitálové obchodní společnosti

Jde o společnosti s kapitálovou účastí společníků. Ti ručí za závazky společnosti do výše svého vkladu. Nejvyšším orgánem v kapitálové společnosti je valná hromada a v družstvu členská schůze.

Patří zde:

Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným je takovou společností, kde společníci společně a nerozdílně ručí za dluhy společnosti do výše, která odpovídá nedoplnění jejich vkladových povinností, jak je uvedeno v obchodním rejstříku v době, kdy jsou věřitelé vyzýváni k plnění. Název společnosti obsahuje označení "společnost s ručením omezeným", které může být nahrazeno zkratkou "spol. s r.o." nebo "s.r.o.". Podíl společníka ve společnosti s ručením omezeným je stanoven podle poměru jeho vkladu k celkové výši základního kapitálu, pokud společenská smlouva neurčuje jinak. Minimální výše vkladu je 1 Kč, s výjimkou případů, kdy společenská smlouva stanoví vyšší částku. Výše vkladu může být pro jednotlivé podíly různá.

Společenská smlouva obsahuje také

- firmu společnosti,
- předmět podnikání nebo činnosti společnosti,
- určení společníků uvedením jména a bydliště nebo sídla,

- označení podílů, může-li společník vlastnit více podílů, a název druhu podílu a práva a povinnosti s ním spojené, upravuje-li společenská smlouva více druhů podílů,
- výši vkladu nebo vkladů připadajících na podíl nebo podíly,
- výši základního kapitálu,
- počet jednatelů a způsob jejich jednání za společnost.

Výhody a nevýhody společnosti s ručením omezeným jsou uvedeny v Tabulce 5.

Výhody	Nevýhody
Omezení ručení do výše nesplaceného vkladu.	Dvojitý zdanění vyplaceného zisku (srážková daň z vyplaceného podílu na zisku 15 %).
Relativně snadné založení a nízké zřizovací náklady.	Vysoké administrativní náklady (povinnost vedení účetnictví již od začátku).
Nízký požadavek na vložený ZK.	

Tabulka 5 Výhody a nevýhody s.r.o. (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)

Akciová společnost

Akciová společnost je společností, která má svůj základní kapitál rozdělený na určitý počet akcií. Název společnosti obsahuje označení "akciová společnost", které může být nahrazeno zkratkou "akc. spol." nebo "a.s.". Společnost zachází se všemi akcionáři za stejných podmínek. Základní kapitál je vyjádřen v českých korunách. Pokud společnost vedlejším zákonem používá účetnictví v eurech, může být základní kapitál vyjádřen v eurech. Minimální výše základního kapitálu akciové společnosti je 2 000 000 Kč nebo 80 000 EUR.

Vnitřní struktura společnosti se řídí dualistickým systémem, kdy se zřizuje představenstvo a dozorčí rada (zákon č. 90/2012 Sb. o obchodních korporacích).

Výhody a nevýhody akciové společnosti jsou uvedeny v Tabulce 6.

Výhody	Nevýhody
Neomezený horizont podnikání navzdory změnám akcionářů.	Dvojitý danění (DPPO a srážková daň z dividend 15 %).
Snadné získávání VK.	Zřizovací náklady (min. ZK 2 mil. Kč nebo 80 tis. EUR).
Omezené ručení, akcionář nese riziko do výše své investice.	Zveřejňovací povinnost.
Poměrně snadný přístup ke kapitálu věřitelů.	Společnost za svoje závazky odpovídá celým svým majetkem.
Akcie jsou snadno převeditelné na nového vlastníka.	

Tabulka 6 Výhody a nevýhody a.s. (vlastní zpracování dle Holečkové, 2018)

1.2 Účetnictví

Účetnictví je systém, který se používá k evidenci finančních operací a hospodářských událostí v rámci organizace. Jeho hlavním účelem je zaznamenávat, klasifikovat, analyzovat a prezentovat informace o finančních transakcích a stavech organizace. Účetnictví umožňuje sledovat náklady a výnosy, zaznamenávat aktiva a pasiva a sledovat finanční výsledky organizace. Je nezbytné pro správu finančních prostředků, plánování, řízení a rozhodování v organizaci.

1.2.1 Vznik účetnictví

Počátky účetnictví se původně datují do pospolitých společností, ale až obchodníci a penězoměnci v otrokářském řádu začali vést záznamy, nejprve na kamenech a později na pergamenových, papyrusových nebo dřevěných destičkách. První systematické vedení účetních knih bylo zavedeno Lucem Paciolim v roce 1494, který žil v severní Itálii. S nástupem kapitalismu se zvýšil význam obchodních a finančních vztahů, což mělo vliv i na rozvoj účetnictví. První známé pokusy o účetnictví na našem území se objevily až ve druhé polovině 18. století. Je zřejmé, že rozvoj účetnictví odpovídal ekonomickému vývoji společnosti a byl ovlivněn měnícími se ekonomickými podmínkami, což se nejvíce projevilo během procesu industrializace. Účetnictví se začalo využívat především k hodnocení zhodnocení investovaného kapitálu a finanční situace, sloužilo ke zabezpečení majetku a poskytovalo informace pro rozhodování (Novotný, 2021).

Podle Duška (2023) je účetnictví mezinárodní „ekonomický“ a „účetní“ jazyk, kde platí základní prvky.

Základními prvky jsou:

- účet;
- strany účtu MD (Má Dáti) a D (Dal);
- u dokladu, deníku a hlavní knihy platí $\sum D = \sum MD$;
- souvztažnost.

1.2.2 Účetní praxe

Pokud získáte pracovní pozici účetního jako absolvent jakékoli ekonomické školy nebo rekvalifikačního kurzu, nemusíte se obávat otázky, zda máte dostatečné dovednosti v účtování. Okamžitě můžete začít pracovat a vykonávat účetní úkoly (Dušek, 2023).

Účetnictví je také důležité pro splnění zákonných požadavků, například pro daňové účely, auditování a dodržování účetních standardů. Správné vedení účetnictví je klíčové pro efektivní řízení organizace a poskytuje důležité informace pro rozhodování a plánování budoucích aktivit.

1.3 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument obsahující podrobný popis cílů a plánů podniku. Jeho hlavním účelem je představit dokumentovanou strategii provozu, financí a marketingu společnosti. Podnikatelské plány jsou využívány jak novými, tak již etablovanými podniky. Jedná se o důležitý dokument, který je určený pro interní i externí publikum společnosti. Například v počáteční fázi, kdy podnik teprve buduje svou pověst, slouží podnikatelský plán k získání investic a financování od finančních institucí. Taktéž pomáhá výkonnému týmu společnosti udržet si společnou vizi a sledovat dosažení stanovených cílů prostřednictvím klíčových kroků (Hayes, 2022).

Každý podnikatelský plán by měl dodržovat doporučené principy pro jeho sestavení. Je důležité, aby byl srozumitelný, pravdivý, realistický a bral v úvahu rizika. Zvláštní pozornost by měla být věnována závěrečnému shrnutí, které by mělo být umístěno na začátku plánu a ideálně by mělo obsahovat jen jednu stranu. Toto shrnutí je nejvýznamnější částí celého dokumentu, protože zahrnuje klíčové body a důležitá čísla uvedená v celém podnikatelském plánu. Správně napsané shrnutí zaujme čtenáře natolik, že si přečte i zbytek dokumentu. To je zvláště důležité, pokud žádáme o finanční prostředky od investora nebo banky (Finch, 2020).

1.3.1 Struktura podnikatelského plánu

Podnikatelský plán je nástrojem, ve kterém jsou jasně a konzistentně popsány základní složky podniku. Podnikatel si může strukturu aktualizovat a upravovat podle svých potřeb. Svobodová (2017) do struktury zahrnuje:

- titulní stranu,
- shrnutí,
- charakteristiku produktu,
- analýzu trhu,
- analýzu konkurence,
- analýzu dodavatelů,
- marketing,
- finanční plán,
- analýzu rizik.

1.3.1.1 Titulní strana

Titulní strana podnikatelského záměru na založení vlastní účetní firmy by měla obsahovat následující informace:

- Název firmy – jméno, pod kterým bude firma registrována.
- Logo – vizuální značka firmy, která by měla být v souladu s názvem a charakterem firmy.
- Kontaktní informace – adresu, telefon a e-mail firmy.
- Důležité informace – zde mohou být uvedeny informace o zakladatelích firmy, číslech DIČ a IČO nebo zdrojích financování.

- Obsah – výčet jednotlivých kapitol podnikatelského plánu, které jsou obsaženy v dokumentu, a jejich stručný popis.
- Datum – datum vytvoření podnikatelského záměru.

Titulní strana je prvním obrazem podnikatelského plánu a jako první upoutává pozornost čtenáře. Vizuálně by měla titulní strana vypadat profesionálně, upraveně a přehledně (Drášilová, 2019).

1.3.1.2 Shrnutí

Shrnutí nemá sloužit jako úvod, ale jako stručný přehled toho, co je dále podrobněji zpracováno. Jeho cílem je zaujmout čtenáře a vyvolat v něm zvědavost, aby si přečetl celý plán a zabýval se detaily. Pro hrubou strukturu shrnutí mohou posloužit následující body:

- Jaké produkty budeme poskytovat?
- Proč jsou naše produkty lepší než jiné, v čem spočívá jejich konkurenční výhoda a užitek pro zákazníka?
- Komentář k trhu a tržním trendům a ke konkurenci.
- Kdo jsou klíčové osobnosti a jaké jsou jejich realizované úspěchy? (Srpová, 2011)

1.3.1.3 Charakteristika produktu

Po shrnutí následuje vyčerpávající popis nabízeného produktu, služby nebo jejich kombinace. Zároveň je v tomto oddíle představen vlastník projektu. Popis důkladně vysvětlí, kde se nachází podnikatelská příležitost a jaký potenciál nabízený produkt nebo služba přináší (Svobodová, 2017).

1.3.1.4 Analýza trhu

Při zakládání společnosti je nezbytné určit, kdo jsou potencionální zákazníci, kdo jsou hlavní konkurenti a jak vypadá situace na trhu (Svobodová, 2017).

Je důležité přesně identifikovat celkový trh a vybrat si cílový trh, na který bude firma cílit. Celkový trh zahrnuje všechny možnosti využití daného produktu nebo služby. V podnikatelském plánu však není nutné podrobně popisovat celý trh nebo všechny potenciální zákazníky. V této části je třeba zajímat se zejména o ty skupiny zákazníků, které:

- mají z výrobku nebo služby značný užitek;
- mají k výrobku či poskytované službě snadný přístup;
- jsou ochotny za produkt či službu zaplatit. (Srpová, 2011)

Analýza pěti konkurenčních sil

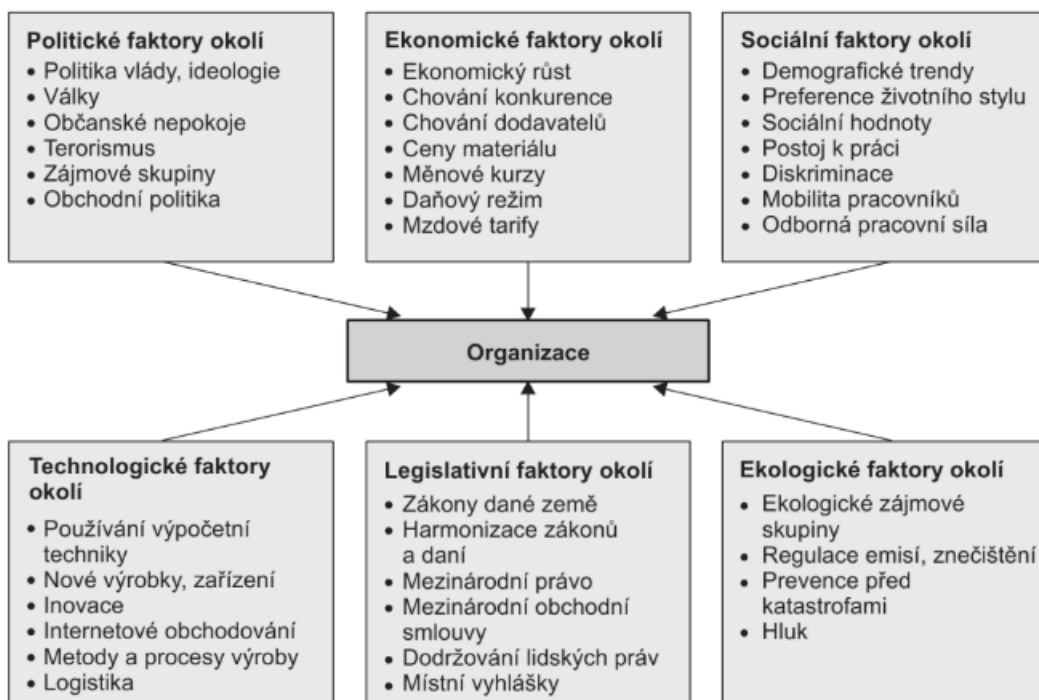
Podle Adámka a Meixnerové (2022) je analýza pěti konkurenčních sil postavena takto:

- 1) V oblasti konkurence mezi existujícími společnostmi v daném odvětví, jsme zaměřeni na získání informací o našich konkurentech a jejich silných stránkách. Zkoumáme tyto faktory:
 - koncentrace konkurentů – čím více, tím intenzivnější rivalita;
 - homogenita produktu – odvětví prodávající velmi podobné produkty budou pravděpodobně více konkurenceschopná;

- náklad na změnu spotřebitele – pokud bude přechod od produktu jedné společnosti ke konkurenční stát spotřebitele určit úsilí, bude společnost pravděpodobně čelit menší konkurenci.
- 2) Je důležité rozpoznat hrozbu nových vstupů na trh. Měli bychom identifikovat nové konkurenční společnosti a analyzovat jejich odlišné obchodní modely. Je nezbytné zjistit, kde a jak tvoří hodnotu pro zákazníka a jaké výhody přinášejí. Zajímají nás tyto faktory:
- věrnost značce;
 - síťové efekty;
 - přebytná výrobní kapacita;
 - vládní regulace – odvětví s přísnou vládní regulací představují určitou bariéru pro potencionální nové konkurenty;
 - investice do speciálního vybavení – společnosti při vstupu do odvětví zvažují také výši investovaného kapitálu.
- 3) Hrozba substitutů je významná pokud:
- jsou náklady na zákazníka při změně produktu nebo služby velmi nízké;
 - substituční produkty konkurentů mají nižší ceny ve srovnání se současnými konkurenty;
 - společnosti nabízejí substituční produkty nebo služby jsou efektivnější např. ve výrobních procesech, což se může odrážet v jiné nabízené hodnotě a cenách.
- 4) Vyjednávací síla dodavatelů je vysoká, když:
- dodavatelé mají výsadní postavení;
 - dodavatelé mohou mít vliv na určitou integraci v odvětví;
 - konkurenti nakupují malé procento produktů dodavatelů.
- 5) Vyjednávací síla zákazníků je důležitým faktorem utvářejícím poptávku po produktech nebo službách. Je nutné rozlišovat dle B2B nebo B2c a jejich preferencí. Vysoká vyjednávací síla je, když:
- kupující mají výsadní postavení na trhu nebo jsou velmi koncentrování, takže jejich rozhodnutí o nákupu služby mají větší dopad;
 - kupující nakupují velká procenta objemu na trhu;
 - kupující mají dobré informace o produktu, jako je cena produktu a poptávka;
 - na trhu je k dispozici mnoho substitutů;
 - homogenita produktu je vysoká.

PESTLE analýza

Dle Dědiny a Odcházela (2007) existuje mnoho metodik, které slouží k analýze okolí, a jednou z nejčastěji používaných je analýza PESTLE. Jejím hlavním přínosem je, že pomocí jednoduché struktury zjednodušuje složitost okolí, viz obrázek č. 3.



Obrázek 3 PESTLE analýza (Dědina, Odcházal, 2007)

SWOT analýza

SWOT analýza je strategická metoda, která byla vyvinuta na Stanfordově univerzitě v 60. a 70. letech 20. století. Jejím hlavním cílem je provést hodnocení podniku nebo podnikatelského projektu, aby se usnadnilo strategické rozhodování a dosažení stanovených cílů. Původně získala tato technika významné místo v organizačních modelech, avšak v průběhu let se její účinnost rozšířila do dalších oblastí a dnes ji používají miliony lidí nejen v podnikatelském prostředí, ale také ve veřejných a neziskových organizacích, institucích, a dokonce i jednotlivci při plánování a rozhodování na osobní úrovni (Calicchio, 2021).



Obrázek 4 SWOT analýza (Jakubíková, 2008)

1.3.1.5 Analýza konkurence

Pokud tvůrce plánu rozhodne provést analýzu konkurence, je důležité stanovit kritéria pro výběr konkurentů. Mezi tato kritéria patří například produkty, umístění, cena, poskytovaný servis a další faktory. Při analýze je také důležité zohlednit nepřímou konkurenci a potenciální konkurenty (Svobodová, 2017).

1.3.1.6 Analýza dodavatelů

V podnikatelském plánu je také popsáno, s jakými dodavateli bude spolupracovat firma. Dodavatelé jsou nezbytní pro provoz každého podniku, a to i pro ty nejmenší. Je nezbytné zahrnout do plánu nákup různých zařízení a materiálů od těchto dodavatelů (Drášilová, 2019).

1.3.1.7 Marketing

Marketing a následně i prodej mají velký vliv na budoucí úspěch firmy. Proto je třeba přesvědčit čtenáře podnikatelského plánu, že firma disponuje správně sestavenou marketingovou a obchodní strategií.

Marketingová strategie v zásadě řeší 3 okruhy problému:

- výběr cílového trhu;
- určení tržní pozice produktu;
- rozhodnutí o marketingovém mixu.

Východiskem pro výběr cílového trhu firmy je segmentace trhu. Po výběru segmentu zvažujeme jeho velikost a kupní sílu, na základě, kterých určíme hodnotou segmentu. (Srpová, 2011)

Marketingový mix

Marketingový mix představuje kombinaci taktických marketingových prostředků, jako jsou strategie v oblasti produktu, ceny, distribuce a komunikace, které firma využívá k přizpůsobení své nabídky cílovým trhům (Kotler, 2007)



Obrázek 5 Čtyři složky marketingového mixu (Kotler, 2007)

1.3.1.8 Finanční plán

Nově založená firma by dle Srpové (2020) měla začít své podnikání sestavením zakladatelského rozpočtu. Jeho součástí jsou nezbytné náklady spojené se zahájením podnikání.

Finanční plán obsahuje plánované finanční výkazy jako: rozvaha, cash flow a výkaz zisku a ztráty. Dohromady tyto výkazy poskytují informace potřebné k přijímání rozhodnutí a hodnocení stavu podniku (Haag, 2013).

Rozvaha

Výkaz rozvaha informuje o tom, jaký majetek podnik vlastní a z jakých zdrojů je tento majetek financován. Rozvaha se vždy sestavuje k určitému datu a musí platit, že aktiva se rovnají pasivům (Knápková, 2017).

Výkaz Cash flow

Přehled o peněžních tocích je odvozený účetní výkaz a podává informaci o přírůstcích a úbytcích peněžních prostředků a peněžních ekvivalentů v průběhu účetního období. Za peněžní prostředky se považují peníze v hotovosti včetně cenin, peněžní prostředky na účtu včetně přečerpání běžného účtu a případně peníze na cestě.

Pohyb peněžních prostředků a peněžních ekvivalentů členěn:

1. Provozní činností se rozumí základní výdělečná činnost ÚJ, které nelze zahrnout mezi investiční nebo finanční činnosti.
2. Investiční činností se rozumí pořízení a prodej DM, popřípadě činnost související s poskytováním úvěrů, zápůjček a výpomocí, které nejsou považovány za provozní činnost.
3. Finanční činností se rozumí taková činnost, která má za následek změny ve velikosti a složení VK a dlouhodobých, popřípadě i krátkodobých závazků. (Šteker, 2021)

Výkaz zisku a ztráty

Výnosy, náklady a výsledek hospodaření tvoří obsah účetního výkazu zisku a ztráty. Tento výkaz může být sestaven v druhovém nebo účelovém členění.

1. Druhové členění – sleduje povahu nákladů, během sledovaného období se jednotlivé druhy nákladů promítají do výkazu podle časového hlediska.
2. Účelové členění – sleduje naopak příčinu vzniku nákladů, při účelovém členění jsou náklady na výrobu promítnuty do výkazu až v okamžiku vykazání výnosu (Knápková, 2017).



Obrázek 6 Provázanost účetních výkazů (Šteker, 2021)

Kapitálová struktura podniku

Společnosti financují svou činnost z různých zdrojů, jak interních, tak externích. Struktura těchto zdrojů byla pečlivě zvolena tak, aby jejich použití bylo co nejméně nákladné. Východiskem pro podnikové rozhodování je analýza struktury zdrojů z hlediska realizované návratnosti vlastního kapitálu (Krutina, 2014).

Výnosnost (rentabilitu) vlastního kapitálu vyjádříme na základě vztahu:

$$ROE = \frac{EAT}{E} * 100$$

Vzorec 1 Vzorec ROE (vlastní zpracování dle Krutiny, 2014)

kde: ROE – výnosnost vlastního kapitálu,

EAT – čistý zisk po zdanění (Earnings After Taxes) v Kč,

E – vlastní kapitál (Equity) v Kč.

Výnosnost podnikového majetku (aktiv) se vypočítá dle vztahu:

$$ROA = \frac{EBIT}{A} * 100$$

Vzorec 2 Vzorec ROA (vlastní zpracování dle Krutiny, 2014)

ROA – výnosnost podnikového majetku (Return on Assets) v %,

EBIT – zisk před zdaněním a úhradou úroků (Earnings Before Interest and Taxes) v Kč,

A – podnikový majetek (aktiva, Assets) v Kč.

Bod zvratu ve firmě se obvykle představuje takovou situaci, kdy tržby pokrývají veškeré náklady a nevzniká žádný zisk ani ztráta. Je to bod, kdy jsou celkové náklady a celkové výnosy firmy vyrovnané, a firma se přestává nacházet ve ztrátové situaci (Krutina, 2014)

$$Q(BEP) = \frac{FC}{p - AVC}$$

Vzorec 3 Vzorec bodu zvratu (vlastní zpracování dle Krutiny, 2014)

Q(BEP) – hledaný rozsah výroby, kde nevzniká ani zisk ani ztráta – bod zvratu

FC – fixní náklady

p – AVC – tj. rozdíl mezi cenou a variabilními náklady na jednotku produkce

1.3.1.9 Analýza rizik

Součástí podnikatelského plánu je dále analýza rizik, která jsou neodmyslitelnou součástí podnikání. Podnikatel by měl provést důkladnou identifikaci všech potenciálních rizik, která by mohla ovlivnit jeho podnikatelskou činnost. Tato rizika mohou pocházet z externího prostředí, jako je ekonomická situace, konkurence, změny legislativy nebo technologický vývoj, nebo z interních faktorů, jako jsou řízení, zaměstnanci, procesy a infrastruktura.

Identifikace rizik je klíčovým krokem, který umožňuje podnikateli získat přehled o potenciálních hrozbách a připravit se na jejich řízení. Je důležité, aby byla rizika správně zhodnocena z hlediska jejich výskytu, dopadu a pravděpodobnosti.

Po identifikaci rizik je podstatné určit váhu jednotlivých rizik. To znamená, že podnikatel vyhodnotí, jaký vliv má každé riziko na jeho podnikání a jak důležité je ho řešit. Prioritizace rizik umožňuje efektivněji alokovat zdroje a zaměřit se na nejvýznamnější hrozby.

Kromě identifikace a hodnocení rizik je důležité mimo jiné uvést preventivní opatření, která mají za cíl rizika, pokud možno, eliminovat nebo minimalizovat. Tato opatření mohou zahrnovat implementaci bezpečnostních postupů, zavedení kontroly kvality, pojištění, diverzifikaci dodavatelů, plánování krizových situací a další opatření, která pomáhají snižovat rizika a zajišťovat bezpečný chod podnikání.

Důkladná analýza rizik a jejich správné řízení přispívá k dlouhodobé udržitelnosti podnikání. Pomáhá podnikateli být lépe připravený na nečekané události, minimalizovat negativní dopady a vyhledávat příležitosti pro růst a rozvoj. (Svobodová, 2017)

2 Praktická část

Praktická část bakalářské práce se věnuje podnikatelskému plánu autorky na založení společnosti s ručením omezeným. Tato společnost bude poskytovat služby v oblasti vedení účetnictví a dále poradenství v této oblasti. V této části je podrobně popsán podnikatelský plán, kapitolu po kapitole, aby byly cíle, strategie a struktura této společnosti dostatečně vysvětleny.

2.1 Titulní strana

Titulní strana obsahuje tyto informace:



Obrázek 7 Logo společnosti (vlastní zpracování - canva.com)

Název firmy: Maruce, s.r.o.

Sídlo firmy: Tolstého 1556, 586 01 Jihlava

DIČ: CZ68921000

Založení podniku a zároveň zahájení provozu: 1.1.2023

Majitel a investor společnosti: Simona Marková

Základní kapitál: 750 000 Kč

Obsah:

- shrnutí – zde bude shrnut celý podnikatelský plán
- charakteristika služby – upřesněné služby, které budou nabízeny zákazníkovi
- analýza trhu – vnější a vnitřní analýza prostředí
- analýza konkurence – největší konkurenti firmy
- analýza dodavatele – nejvýznamnější dodavatelé firmy
- marketing – marketingový mix
- finanční plán – počáteční rozvaha, cash flow, přehled zisků ztrát a odhadované roční výnosy a náklady v rámci 5 let
- analýza rizik – rizika, která by mohla ohrozit podnikání

2.1.1 Výběr právní formy

Rozhodnutí založit společnost s ručením omezením místo živnosti, veřejné obchodní společnosti, komanditní společnosti nebo akciové společnosti mě nutilo zvážit několik aspektů, které mi pomohly ve výběru:

- 1) Omezení osobního rizika: Společnost s ručením omezením umožňuje oddělení mého osobního majetku od majetku společnosti. To znamená, že já jako majitel společnosti jsem chráněn před případnými dluhy a závazky společnosti. Na rozdíl od živnosti, kde bych jako podnikatelka osobně ručila celým svým soukromým majetkem.
- 2) Flexibilita vlastnictví: Společnost s ručením omezením umožňuje zapojit do vlastnictví společnosti více osob, které mají podíl na zisku a řízení, ale není to podmínkou.
- 3) Větší důvěryhodnost: V některých případech může společnost s ručením omezením působit důvěryhodněji ve srovnání s živností. Někteří klienti nebo obchodní partneři preferují spolupráci s právnickou osobou, která má formální strukturu a jasná pravidla. Zveřejňovací povinnost pak zajišťuje transparentnost firmy.
- 4) Plánování následnictví: Ráda bych jednou svoji společnost předala potomkům.

Moje rozhodnutí po zvážení bylo takové, že si založím společnost s ručením omezením, jelikož mohu vložit do firmy jen 750 000 Kč a budu jediným společníkem firmy.

Předkládám tedy, zařazení vznikající firmy podle zmiňovaného členění firem v teoretické části:

- NACE – M – profesní, vědecké a technické činnosti, 69 – Právní a účetnické činnosti, 6920 Účetnické a auditorské činnosti, daňové poradenství;
- mikro podnik;
- společnost s ručením omezeným.

Společnost je založena jedním společníkem, moji osobu, proto mohu založení společnosti shrnout do 4 kroků:

- 1) sepsání zakladatelské listiny;
- 2) složení základního kapitálu;
- 3) zajištění živnostenského oprávnění;
- 4) zápis do obchodního rejstříků.

2.2 Shrnutí

Ráda bych vám představila novou účetní firmu s názvem Maruce, s.r.o. Je to nově založená společnost s ručením omezeným, která sídlí v pronajaté kanceláři v Jihlavě. Firma vznikla v roce 2023 a byla financována základním kapitálem, který jsem vložila já, jako majitelka Simona Marková.

V dnešní době velké konkurence je správa účetnictví a financí jedním z klíčových prvků pro úspěch podniků. Díky mým dlouholetým zkušenostem a odbornosti v této oblasti jsem schopna poskytovat komplexní a profesionální služby, které skutečně přinášejí hodnotu klientům. Mezi nabízené služby patří kompletní vedení účetnictví a daňové evidence, jednání s úřady včetně zastupování klientů, správa sociálního zabezpečení, úřadu práce, finančního úřadu a zdravotních pojišťoven, přiznání k dani z příjmu a všech ostatních daních a poradenství a konzultace v oblasti účetnictví a daní.

Co firmu odlišuje od konkurence je nabídka unikátních služeb jako je například analýza finančního zdraví, prognóza životaschopnosti a strategické poradenství. Majitelka chce budovat dlouhodobé vztahy s klienty a stát se jejich důvěryhodným partnerem v oblasti účetnictví. Pravidelně se rozvíjím a sleduji aktuální trendy a technologie v oblasti účetnictví, abych mohla nabídnout moderní a efektivní řešení různorodých problémů.

Na trhu v Jihlavě již působí několik firem specializujících se na zpracování účetnictví, které představují konkurenci. Nicméně díky zvýšené propagaci, dobře zpracovaným webovým stránkám a aktivitám na sociálních sítích se firma odlišuje. Firma je inovativnější než konkurence.

Firemním cílovým trhem jsou malí až střední podnikatelé v různých oborech, kteří preferují postoupení účetních a finančních záležitostí zkušeným odborníkům. Mé služby jsou navrženy tak, aby usnadnily jejich podnikání a pomohly jim udržovat si přehled o svých financích.

Pro pokrytí počátečních nákladů jsem vložila základní kapitál, který umožnil vybavení kanceláře a usnadnil začátek nového podnikání. Provádím analýzu nákladů a výnosů ve 3 variantách a zjistila jsem, že pouze 2 z nich budou ziskové pro firmu.

2.3 Charakteristika služby

Pro své zákazníky firma nabízí kompletní účetnictví a daňovou evidenci včetně mezd. Tímto zajišťuje, že zákazníci mají veškerou potřebnou administrativu pod kontrolou a mohou se plně soustředit na provozování svého podnikání.

Kompletní vedení účetnictví zahrnuje správu a výpočet odvodů DPH, účtování během roku (s ohledem na hospodářský i kalendářní rok) a všechny související účetní operace.

Firma samozřejmě přebírá zodpovědnost za jednání s relevantními úřady za zákazníka. Tato zodpovědnost zahrnuje zastupování klienta při komunikaci se správou sociálního zabezpečení, úřadem práce, finančním úřadem a zdravotními pojišťovnami. Zákazník může využít možnosti zplnomocnění firmy, což usnadňuje a zjednodušuje jejich administrativní povinnosti.

Kromě již zmíněného firma nabízí služby spojené s přiznáním k dani z příjmu a dalšími daněmi. Zákazníci se mohou spoléhat na odborníky, která jim pomůže správně vyplnit daňová přiznání a zajistí, že všechny povinnosti související s daněmi jsou splněny.

Firma dále nabízí poradenství a konzultace v oblasti účetnictví a daní. Mezi další služby patří finanční analýza, prognóza a strategické poradenství. Jsem k dispozici pro zodpovězení otázek a poskytnutí odborného doporučení ohledně vedení účetnictví, daňových postupů a dalších souvisejících oblastí. Tímto způsobem firma přispívá k celkové finanční správě a zajišťuje, že její zákazníci mají přístup ke kvalitním informacím a radám, které podporují jejich růst a úspěch.

2.4 Analýza trhu

Analýza trhu je důležitou součástí strategického plánování a správy firmy. Zahrnuje systematické hodnocení trhu, na kterém firma působí nebo plánuje působit. Tato analýza poskytuje cenné informace a poznatky o tržním prostředí, konkurenci a zákaznících, které jsou nezbytné pro správné rozhodování a úspěch firmy.

Prvním důležitým krokem analýzy trhu je identifikace zákaznických potřeb a preferencí. Měla bych porozumět potřebám a preferencím svých zákazníků, abych mohla poskytovat služby, které budou vyhovovat jejich očekáváním. Právě díky analýze trhu firma získá konkurenční výhodu a udrží si stálou klientelu.

Dalším důležitým aspektem analýzy trhu je hodnocení konkurence. Firma musí získat informace o konkurenčních firmách, nabídkách jejich služeb, cenové politice, silných stránkách a slabých stránkách. To jí umožní vytvořit strategii, díky které vyniknou na trhu. Porozumění konkurenčnímu prostředí pomáhá firmě přizpůsobit svou nabídku a marketingové aktivity tak, aby oslovila zákazníky lépe než konkurence. Podrobněji zpracováno v kapitole 2.5. Analýza konkurence.

Celkově lze říci, že analýza trhu je nezbytnou součástí správy firmy. Poskytuje důležité informace pro strategické rozhodování, umožňuje firmě přizpůsobit se měnícím se podmínkám na trhu a získat konkurenční výhodu. Analýza trhu je klíčovým nástrojem pro úspěch a udržitelnost firmy v konkurenčním prostředí.

Tato analýza je rozdělena do makroprostředí (PESTLE analýza), mikroprostředí (Analýza pěti sil) a SWOT analýzy.

2.4.1 PESTLE analýza

PESTLE analýza je analytický nástroj, který slouží k hodnocení vnějšího prostředí, ve kterém podnik působí. Zkoumá politické, ekonomické, sociální, technologické, environmentální a legislativní faktory, které mohou ovlivnit podnikání a strategické rozhodování.

(P) Politické faktory: Politické změny mohou ovlivnit daňové zákony a regulace účetního odvětví. Například změna daňových sazeb nebo daňových pravidel může ovlivnit ziskovost a konkurenceschopnost firmy.

(E) Ekonomické faktory: Ekonomické faktory mohou ovlivnit trh s účetními službami. Například pokud dojde k hospodářské recesi, může dojít k poklesu poptávky po účetních službách. Na druhé straně, pokud se ekonomika zotaví, může dojít ke zvýšení poptávky po službách účetnictví.

(S) Sociální faktory: Společenské faktory, jako jsou změny v zákonech o zaměstnání, mohou ovlivnit poptávku po službách účetní firmy. Například zavedení nových pravidel týkajících se zdanění zaměstnanců může vést ke zvýšené poptávce po službách.

(T) Technologické faktory: Rychlé technologické změny mohou ovlivnit účetní firmu v oblasti digitalizace a automatizace účetních procesů. Například rozvoj cloudových řešení může zlepšit efektivitu a produktivitu.

(L) Legislativní faktory: Změny v právních předpisech mohou ovlivnit moji firmu v oblasti regulace a zákonných požadavků. Například nová legislativa týkající se ochrany osobních údajů může vyžadovat změny v způsobu zpracování a ukládání dat.

(E) Environmentální faktory: Environmentální faktory, jako je například ochrana životního prostředí, nemají přímý dopad na firmu. Nicméně by neměly být opomíjené, protože mohou přinést jistou konkurenční výhodu.

2.4.2 Analýza pěti sil

Analýza pěti sil (5 F) je strategický nástroj, který pomáhá posoudit konkurenční prostředí a atraktivitu daného trhu pro firmu. Následující jsou faktory, které by měly být zohledněny při provádění analýzy pěti sil pro moji firmu:

Konkurence mezi stávajícími firmami v odvětví: Existuje mnoho účetních firem, které nabízejí podobné služby. To znamená, že konkurence je velká a moje firma musí být schopna se v tomto konkurenčním prostředí prosadit.

Hrozba nových vstupů na trh: Účetnictví je relativně snadno přístupné oboru, což znamená, že hrozba nových vstupů na trh je vysoká. Firma by proto měla být schopna reagovat na nové konkurenty a udržet si svůj podíl na trhu.

Hrozba substitutů: Existuje řada alternativních řešení, jako jsou software pro účetnictví, které mohou nahradit služby účetní firmy. Firma musí využívat přidané hodnoty, které software nenabízí, aby si udržela své zákazníky.

Vyjednávací síla dodavatelů: Účetní firma potřebuje kvalitní software a přístup k datům zákazníka. Pokud je dodavatelů těchto produktů málo a mají vysokou vyjednávací sílu, mohou si stanovit vysoké ceny za své produkty a omezit ziskovost.

Vyjednávací síla zákazníků: Musíme se vypořádat se zákazníky, kteří mohou mít vysokou vyjednávací sílu. Pokud jsou zákazníci mocní, mohou vynucovat nízké ceny nebo požadovat vyšší kvalitu služeb. Měli bychom být schopni reagovat na potřeby svých zákazníků a poskytnout jim dostatečnou kvalitu služeb, aby si udržela svou konkurenční pozici.

2.4.3 SWOT analýza

SWOT analýza je strategický nástroj používaný k hodnocení silných stránek (Strengths), slabých stránek (Weaknesses), příležitostí (Opportunities) a hrozeb (Threats) souvisejících s určitým podnikem, projektem nebo situací. Tato analýza poskytuje celkový přehled o současném stavu a potenciálu daného subjektu a pomáhá při formulování strategií a rozhodování.

2.4.3.1 Silné stránky (Strengths):

Odbornost a zkušenosti: Firma vyniká svým odborníkem s vysokou úrovní znalostí v oblasti účetnictví, daní a právních předpisů.

Kvalita služeb: Schopnost poskytovat vysokou kvalitu účetních služeb a poradenství klientům, což zvyšuje jejich spokojenost a loajalitu.

Schopnost komunikace s lidmi: Dobrá komunikace vyžaduje schopnost naslouchat a aktivně porozumět tomu, co klient sděluje.

2.4.3.2 Slabé stránky (Weaknesses):

Nedostatek povědomí o značce: Pokud je firma nově založená, potenciální zákazníci k ní zatím nemusí mít důvěru a upřednostní firmy, které na trhu působí déle.

Omezené zdroje: Firma může čelit omezeným finančním prostředkům nebo nedostatečnému personálu, což může ovlivnit rozsah nabízených služeb.

2.4.3.3 Příležitosti (Opportunities):

Rozevírající se trh: S rostoucím podnikáním a zvyšující se poptávkou po kvalitních účetních službách se otevírá prostor pro expanzi a získání nových klientů.

Digitalizace účetnictví: Rostoucí trend digitalizace a automatizace účetnictví nabízí příležitost využít moderní technologie a zlepšit efektivitu poskytovaných služeb.

Komplexní poradenství: Firma může rozšířit svou nabídku služeb o strategické a finanční poradenství, což může přinést dodatečný příjem a posílit konkurenceschopnost.

2.4.3.4 Hrozby (Threats):

Změny v legislativě: Neustálé změny v daňových a účetních předpisech mohou mít vliv na provoz firmy. Neznalost nebo nesprávná interpretace nových předpisů může vést k chybám v účetnictví a daňových povinnostech, což může mít negativní dopad na pověst firmy a zákaznické vztahy.

Technologický pokrok: Technologický pokrok do firmy může přinést několik potenciálních hrozeb. Jedním z nich je automatizace účetních procesů, která se stále více rozvíjí díky pokrokům v oblasti automatizace a umělé inteligence. Tato automatizace může znamenat snížení poptávky po manuálním účetnictví a potenciálně vést ke snížení potřeby lidského personálu v účetní firmě.

Dalším aspektem technologického pokroku je vzrůstající konkurence z digitálních účetních platforem. Malé podniky mají dnes k dispozici různé digitální nástroje a online služby, které jim umožňují samostatně vést své účetnictví. Tyto platformy nabízejí uživatelsky přívětivé rozhraní, rychlost a cenovou dostupnost.

V souvislosti s technologickým pokrokem nesmí být opomínána bezpečnost dat. Firmy disponují přístupem k citlivým informacím o svých klientech, včetně finančních údajů. S technologickým pokrokem se zvyšuje riziko kybernetických útoků a zneužití dat.

Změny ekonomického prostředí: Hospodářské a ekonomické nestability, jako je recese nebo inflace, mohou mít negativní dopad na podnikání klientů účetní firmy. Snížení jejich aktivity a ztráta klientů mohou negativně ovlivnit příjmy a ziskovost.

Silné stránky	Slabé stránky
Odbornost a zkušenosti	Nedostatek povědomí o značce
Kvalita služeb	Omezené zdroje
Schopnost komunikace s lidmi	
Příležitosti	Ohrožení
Rozevírající se trh	Změny v legislativě
Digitalizace účetnictví	Technologický pokrok – nahrazení umělou inteligencí (AI)
Komplexní poradenství	Změny ekonomického prostředí

Tabulka 7 SWOT analýza (vlastní zpracování)

2.5 Analýza konkurence

Ráda bych provedla analýzu konkurence v oblasti účetních firem v Jihlavě. V následující tabulce zhodnotím nejvíce konkurenční firmy pro moje podnikání. Zaměřím se na počet konkurenčních firem, kde zjistím, kolik máme konkurentů, které působí přímo v Jihlavě. Blíže budou představeny služby, které konkrétní firmy nabízí. Některé firmy se specializují na konkrétní oblasti, jako jsou daně nebo poradenství, zatímco jiné poskytují komplexní účetní služby. A v neposlední řadě zjistím, jaké má konkurence zkušenosti a kvalifikaci, reference a reputaci a cenovou politiku.

Počet konkurentů v Jihlavě:

- ÚOL, a.s.
- KODAP Jihlava, s.r.o.
- DURAS, s.r.o.
- Ing. Marie Pavlišťová (OSVČ)

Firma	Nabízené služby	Zkušenosti a kvalifikace	Reference a reputace	Cenová politika
ÚOL, a.s.	Vedení účetnictví – firmy, OSVČ a spolky Mzdy a personalistika Daňové poradenství	19 let na trhu	3 500 spokojených klientů, podle Google recenzí – 5 hvězd	Od 1500 Kč, 265 Kč/zaměstnanec
KODAP Jihlava, s.r.o.	Daňové poradenství Účetnictví Mzdy Svěřenské fondy	10 let na trhu	Podle Google recenzí – 5 hvězd	Ceník neuveden
DURAS, s.r.o.	Vedení účetnictví Mzdová agenda Komunikace s úřady Poradenské služby	11 let na trhu	Kladné reference na webových stránkách, podle Google recenzí - 5 hvězd	Ceník neuveden
Ing. Marie Pavlišťová	Vedení účetnictví Evidence mezd Zpracování daní Poradenství	Není známo, IČO zapsáno v roce 1995	Velmi nepřehledný web, podle Google recenzí – 5 hvězd	Ceník neuveden

Tabulka 8 Analýza konkurence (vlastní zpracování, data k 12.5.2023)

Největší konkurence pro firmu je firma ÚOL, a.s., která má velmi dobře zpracované a přehledné stránky, kde potencionální zákazník nalezne vše, co potřebuje.

2.6 Analýza dodavatele

Dodavatelé jsou pro firmu nepostradatelní z několika důvodů. Dodávají zboží a služby, moje firma často potřebuje nakupovat zboží a služby potřebné pro svůj provoz, například kancelářský materiál, hardware a marketingové služby. Právě díky dodavatelům firmy mohou provozovat kvalitně své služby. Finanční tok, firma pracuje s peněžními toky a platbami. Dodavatelé mají na tyto toky vliv, protože musím platit za dodané zboží a služby. Správným řízením dodavatelů může účetní firma optimalizovat své finanční zdroje, minimalizovat náklady a zajistit, že dodávky jsou řádně financovány.

Kvalita a spolehlivost, kvalitní a spolehliví dodavatelé jsou pro firmu klíčoví. Musím se spoléhat na to, že dodavatelé dodají správné zboží nebo poskytnou kvalitní služby včas a v souladu s dohodnutými podmínkami. Pokud dodavatel nesplní očekávání, může to mít negativní dopad na provoz firmy a její klienty.

Vybrala jsem konkrétní dodavatele:

- 1) Dodavatel softwaru pro účetnictví – specializovaný účetní software pro zpracování účetních záznamů, vedení knihy nákladů a výnosů, správu faktur a další účetní funkce. Vybráno: Pohoda – ekonomický systém.
- 2) Dodavatel hardware – počítač, tiskárna, skener a další technologické vybavení pro práci s účetními daty a dokumenty. Vybráno: elektro Datart.
- 3) Dodavatel internetového připojení – stabilní a rychlé internetové připojení je nezbytné pro komunikaci s klienty, odesílání a přijímání dokumentů a přístup k online účetním systémům. Vybráno: T-mobile.
- 4) Dodavatel kancelářského vybavení a potřeb – kancelářské potřeby, jako jsou papír, tužky, poznámkové bloky, obálky a také stůl, židle. Vybráno: Officeo, s.r.o. – kancelářské potřeby, Ikea – kancelářská sestava.
- 5) Dodavatel telekomunikačních služeb – telefonní linka a mobilní služby pro komunikaci se svými klienty a partnery. Vybráno: T-mobile.
- 6) Dodavatel bezpečnostních a zálohovacích služeb – musíme zajistit bezpečnost svých dat a zálohování účetních informací. Vybráno: Xopero – Backup & Recovery.

2.7 Marketing

Marketing je oblast, kterou firma nemůže zanedbat, protože díky ní získává nové klienty. Firma potřebuje pravidelně získávat nové klienty, aby udržovala a rozšiřovala své podnikání. Efektivní marketingové strategie mi pomohou se zviditelnit mezi potenciálními klienty, zvýšit povědomí o mých službách a přilákat nové klienty v Jihlavě a blízkém okolí. Kvalitní obsah, reference od spokojených klientů a dobře prezentované služby mohou mojí firmě pomoci vytvořit si renomé v oboru a získat pověst důvěryhodného partnera pro správu účetnictví.

Odlišení od konkurence, účetnictví je obor velmi konkurenční, a proto je důležité se odlišit od ostatních konkurenčních firem. Marketingové aktivity umožňují firmě zdůraznit své jedinečné vlastnosti, specializace nebo přidanou hodnotu, kterou nabízí klientům. Udržení stávajících klientů, marketing není pouze o získávání nových klientů, ale také o udržování těch stávajících. Pravidelná komunikace a informování klientů o novinkách v oboru, změnách v zákonech nebo nových službách může pomoci udržet jejich zájem a loajalitu k firmě, právě proto jsou nabízeny poradenské služby.

Marketingový mix je soubor nástrojů, které firma používá k tomu, aby dosáhla svých marketingových cílů. Nejprve se zaměříme na cílovou skupinu projektu a pak na „4 P“ marketingového mixu.

2.7.1 Cílová skupina

Je potřeba si uvědomit, že každý zákazník má jiné potřeby a k jejich uspokojení potřebuje jiné služby. Také zda se v podnikání zaměřím na B2C (business to customer) nebo B2B (business to business). Zaměřila bych se raději na malé podnikatele až střední podnikatele podnikající v různých oborech v kraji Vysočina. Bez dobře definované cílové skupiny se podnikatel jen stěží udrží. O cílové skupině se vyplatí přemýšlet ještě před zahájením podnikání. Neméně důležitou součástí podnikání je nalezení tržního koutu, tj. prostoru, kde se podnikatel může se svými výrobky nebo službami prosadit. Je nezbytné nebát se specializovat a odlišit se od konkurence.

Níže v tabulce č.4 je vidět, kolik se nachází OSVČ vykonávající hlavní i vedlejší činnost v kraji Vysočina.

Počet OSVČ	Hlavní činnost	Vedlejší činnost	Celkem
Havlíčkův Brod	5 281	4 395	9 676
Jihlava	6 301	4 494	10 795
Pelhřimov	4 308	3 504	7 812
Třebíč	6 022	4 248	10 270
Žďár nad Sázavou	9 821	2 089	11 910
Celkem	31 733	18 730	50 463

Tabulka 9 Přehled o počtu OSVČ za kraj Vysočina k 31.12.2022 (cssz.cz)

2.7.2 „4 P“

Marketingový mix 4P, který se používá k plánování a implementaci marketingových strategií. 4P znamená produkt (product), cena (price), distribuce (place) a propagace (promotion). Každý prvek představuje klíčový faktor, který je třeba zvážit při navrhování marketingového plánu.

Následující jsou základní prvky marketingového mixu pro účetní firmu:

2.7.2.1 Produkt

Společnost Maruce, s.r.o., se zaměří na poskytování kompletního vedení účetnictví a daňové evidence, zpracování daňového přiznání a odborného poradenství v oblasti účetnictví, daní a dále nabízí unikátní služby jako je například finanční analýza, prognóza a strategické poradenství.

Kompletní vedení účetnictví zahrnuje řízení finančních záznamů a transakcí klienta, včetně evidence nákladů a výnosů, fakturace a sestavování finančních výkazů. V rámci poskytovaných služeb bude společnost Maruce, s.r.o., také zpracovávat daňová přiznání pro své klienty. To zahrnuje sběr, analýzu a správu relevantních informací potřebných pro správné vyplnění daňových formulářů a dodržení daňových předpisů. Společnost se bude řídit platnými daňovými předpisy a zaručí, že daňová přiznání budou včas podána a správně vyplněna, což pomůže minimalizovat riziko daňových nedoplatků nebo sankcí.

2.7.2.2 Cena

Rozhodla jsem se stanovit ceny pro poskytované účetní služby na úrovni, které jsou srovnatelné s cenami nabízenými konkurenčními firmami. Při stanovování cen jsem brala v úvahu nejen kvalitu poskytovaných služeb, ale také konkurenční prostředí a očekávání klientů.

Srovnatelnost cen s konkurencí je důležitá z hlediska zachování konkurenceschopnosti a atraktivnosti na trhu. Pokud jsou ceny příliš vysoké, mohou potenciální klienti upřednostnit jinou konkurenční firmu s nižšími cenami. Naopak, příliš nízké ceny by mohly naznačovat nižší kvalitu nebo omezené služby a tím odradit potenciální klienty.

Poskytované služby	Ceník
Kompletní vedení účetnictví/daňové evidence	2 500 Kč/měsíc
Zpracování daňového přiznání	2 000 Kč
Poradenské služby	500 Kč/hodina

Tabulka 10 Ceník poskytovaných služeb (vlastní zpracování)

2.7.2.3 Propagace

Propagace umožňuje zvýšit povědomí o moji účetní firmě a přilákat nové potencionální klienty. Dále je třeba se odlišit od konkurence, a proto je firma musí vynaložit větší úsilí na propagaci. Propagace mimo jiné umožňuje budovat důvěru a reputaci, abychom měli stálý přísun nových klientů.

Propagace pro účetní firmu může zahrnovat různé formy marketingových aktivit, byly vybrány 4 možnosti propagace pro firmu:

- **Webová stránka:** Vytvoření profesionální webové stránky je klíčové pro prezentaci firmy, kterou si vytvořím pomocí WordPress. WordPress je webhosting, který mi pomůže s tvorbou webové stránky pomocí šablon a pluginů.
- **Online reklama:** Využiju online reklamní platformu, jakou je Google Ads.
- **Reklamní cedule:** Cedule bude vyvěšena u vchodu do budovy, kde mi bude sídlit pronajatá kancelář a bude obsahovat název, DIČ, kontakt a úřední hodiny.
- **Sociální média:** Vytvoří profil na sociálních sítích, jakou je Facebook, Instagram a LinkedIn, tyto sítě jsou klíčové pro komunikaci s mými klienty a budování komunity. Tyto sítě budou řešeny vlastní silou.

Propagace	Cena
Webová stránka – WordPress (webhosting)	1 200 Kč/rok
Online reklama – Google Ads	2 800 Kč/měsíc
Reklamní cedule	2 500 Kč (jednorázově)
Sociální média	zdarma

Tabulka 11 Náklady spojené s propagací (vlastní zpracování)

2.7.2.4 Místo

Účetní firma bude umístěna v administrativní budově v Jihlavě, kde budu platit nájem. Administrativní budova poskytuje výhody jako flexibilní pronájem prostor, sdílené služby a základní infrastrukturu, což může být pro začínající firmu výhodné. Jihlava je historické krajské město kraje Vysočina.

2.8 Finanční plán

Finanční plán pomůže interpretovat nápad v číslech, a tím pádem zjistím, zda je realizovatelný. Je klíčovým dokumentem v začátku podnikání, který slouží k plánování a správě financí mé firmy. Vyjadřuje celkovou strategii a cíle, které chci dosáhnout, a poskytuje podrobný přehled o mých předpokládaných příjmech, výdajích, nákladech, výnosech, investicích a ziskovosti. Pomáhá mi určit, kolik finančních prostředků budu potřebovat pro spuštění a provoz firmy.

Zahrnuje předpokládané příjmy, výdaje, náklady, výnosy a investice na určité období, obvykle na několik let dopředu. Finanční plán umožňuje posoudit, zda je podnikatelský nápad finančně proveditelný. Pomáhá odhalit případné slabé stránky, rizika a výzvy spojené s podnikáním.

Získávání finančních prostředků, investoři a věřitelé často žádají o finanční plán při posuzování žádosti o financování. Detailní a realistický finanční plán může poskytnout důvěryhodné informace a přesvědčit potenciální investory nebo věřitele o životaschopnosti a ziskovosti firmy.

Při řízení cash flow, umožňuje finanční plán sledovat příchozí a odchozí finanční prostředky ve firmě. To napomáhá plánovat a spravovat cash flow, což je klíčový faktor pro udržení likvidity a provozuschopnosti firmy.

2.8.1 Zakladatelský rozpočet

Zakladatelský rozpočet pro účetní firmu se může lišit v závislosti na mnoha faktorech, jako je umístění firmy, počet zaměstnanců, poskytované služby a další. Nicméně zde je několik položek, které by mohly být součástí zakladatelského rozpočtu pro účetní firmu.

Zakladatelský rozpočet bude rozdělen do 3 částí. Prvotní zřizovací náklady podniku bych vyčíslila na **10 000 Kč**, je v nich zahrnuto živnostenské oprávnění, notářský poplatek a bankovní poplatky na založení bankovního účtu firmy, tyto náklady vznikají před založením společnosti, to znamená v období 12/2022. Do nákladů na vybavení kanceláře firmy jsem zahrнула potřebný software a dovybavení pronajaté kanceláře na jednu osobu.

Nábytek do kanceláře	50 000
Hardware kanceláře (IT infrastruktura)	40 000
Software	25 000

Tabulka 12 Náklady na vybavení kanceláře 1/2023 v Kč (vlastní zpracování)

Provozní náklady obsahují internetové připojení, telekomunikační služby, bezpečnostní a zálohovací služby, nájem kanceláře, drobné kancelářské potřeby, nájem kanceláře, pojištění a energie.

Náklad	Jednorázové	Měsíční	Roční
Internetové připojení	-	399	-
Telekomunikační služby	-	930	-
Bezpečnostní a zálohovací služby	-	-	682
Kancelářské potřeby	8 000	-	-
Nájem kanceláře	-	5 000	-
Pojištění odpovědnosti	-	-	4 500
Energie, vodné a stočné	-	3 500	-
Licence Microsoft 365	-	250	-
Propagace	2 500	2 800	1 200
Mzdové náklady včetně pojištění	-	43 850	-
Celkem provozní náklady	10 500	56 729	6 382

Tabulka 13 Provozní náklady 1/2023 v Kč (vlastní zpracování)

Zřizovací náklady	10 000
Náklady na vybavení	115 000
Provozní náklady	73 611
Celkem	198 611

Tabulka 14 Počáteční náklady 1/2023 v Kč (vlastní zpracování)

2.8.1.1 Zdroje krytí

Firma potřebuje dostatek finančních prostředků na pokrytí svých provozních nákladů, investic a nečekaných událostí, proto firma bude mít základní kapitál 750 000 Kč, který by měl pokrýt veškeré počáteční náklady.

2.8.2 Zakladatelská rozvaha

AKTIVA		PASIVA	
Bankovní účet	750 000	Základní kapitál	750 000
Aktiva celkem	750 000	Pasiva celkem	750 000

Tabulka 15 Zakladatelská rozvaha k 1.1.2023 v Kč (vlastní zpracování)

2.8.3 Odhadované roční náklady a výnosy

Předpokládané roční náklady se skládají v prvním roce podnikání (2023) ze zřizovacích a veškerých provozních nákladů, v dalších letech se bude skládat převážně jen z provozních nákladů.

Položka	2023	2024	2025	2026	2027
Zřizovací náklady	10 000	-	-	-	-
Investiční náklady	115 000	-	-	-	-
Provozní náklady – jednorázové	10 500	-	-	-	-
Provozní náklady – měsíční	680 748	680 748	680 748	680 748	680 748
Provozní náklady – roční	6 382	6 382	6 382	6 382	6 382
Nákup drobných kancelářských potřeb	-	30 000	30 000	30 000	30 000
Celkem roční náklady	822 630	717 130	717 130	717 130	717 130

Tabulka 16 Odhadované náklady pro 5 let podnikání v Kč (vlastní zpracování)

Předpokládané roční výnosy v prvních pěti letech podnikání se odvozují hlavně z odhadu potenciálního zájmu zákazníků v dané oblasti, který je založen na vedení účetnictví, a také z odhadu daňových přiznání vztahujících se k daním z příjmů.

2.8.3.1 Bod zvratu

Tento ukazatel se vypočítá dle vzorce 3, viz teoretická část, kde fixní náklady vydělíme kompletní cenou za všechny požadované služby.

Pro výpočet bodu zvratu ve firmě se zaměřuji na OSVČ, kteří budou chtít vést účetnictví, jednou za rok zpracovat daňové přiznání a dvakrát do roka využívat hodinové poradenské služby, tzn. $((12 * 2\,500) + 2\,000 + (2 * 500)) = 33\,000 \text{ Kč/rok}$

Vzorec byl upraven na služby, proto pro první rok budu počítat 263 230/33 000 Kč a v dalších letech 182 730/33 000 Kč. Bod zvratu ve firmě v prvním roce podnikání nastává u 8 klientů. V dalších 4 letech nastává bod zvratu u 5 klientů, kteří chtějí využít plné služby.

Další výnosy firma vykazovat nebude, jen ty základní. Bylo třeba zjistit, zda je projekt prosperující ve své „základní“ podobě.

Optimistická varianta

	2023	2024	2025	2026	2027
Kompletní vedení účetnictví (1. rok – 15 klientů, další roky – 30 klientů)	450 000	900 000	900 000	900 000	900 000
Zpracování daňového přiznání (1. rok – 15 klientů, další roky – 30 klientů)	30 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Poradenské služby (1. rok – 15 klientů po 2 hodinách, další roky – 20 klientů po 2 hodinách)	15 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Celkem roční výnosy	495 000	980 000	980 000	980 000	980 000
Celkem roční náklady	822 630	717 130	717 130	717 130	717 130
Zisk/ztráta	- 327 630	262 870	262 870	262 870	262 870

Realistická varianta

	2023	2024	2025	2026	2027
Kompletní vedení účetnictví (1. rok – 10 klientů, další roky – 25 klientů)	300 000	750 000	750 000	750 000	750 000
Zpracování daňového přiznání (1. rok – 10 klientů, další roky – 30 klientů)	20 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Poradenské služby (1. rok – 5 klientů po 2 hodinách, další roky – 6 klientů po 2 hodinách)	5 000	6 000	6 000	6 000	6 000
Celkem roční výnosy	325 000	816 000	816 000	816 000	816 000
Celkem roční náklady	822 630	717 130	717 130	717 130	717 130
Zisk/ztráta	- 497 630	98 870	98 870	98 870	98 870

Pesimistická varianta

	2023	2024	2025	2026	2027
Kompletní vedení účetnictví (1. rok – 10 klientů, další roky – 20 klientů)	300 000	600 000	600 000	600 000	600 000
Zpracování daňového přiznání (1. rok – 8 klientů, další roky – 20 klientů)	16 000	40 000	40 000	40 000	40 000
Poradenské služby (1. rok – 4 klienti po 2 hodinách, další roky – 6 klienti po 2 hodinách)	4 000	6 000	6 000	6 000	6 000

Celkem roční výnosy	320 000	646 000	646 000	646 000	646 000
Celkem roční náklady	822 630	717 130	717 130	717 130	717 130
Zisk/ztráta	- 502 630	- 71 130	- 71 130	- 71 130	- 71 130

Tabulka 17 Odhadované výsledky hospodaření pro 5 let podnikání v Kč (vlastní zpracování)

V prvním roce všech různých možností jsou zaznamenány ztráty kvůli vysokým počátečním investicím. V realistické variantě podnikání se však první zisk dostaví již ve druhém roce, kdy předpokládám 25-30 klientů. V následujících letech počítám s tím, že výnosy a náklady zůstanou stejné jako ve druhém roce.

2.8.4 Přehled zisku a ztrát

Přehled zisku a ztráty je důležitým nástrojem pro hodnocení finanční výkonnosti a zdraví podniku. Přehled zisku a ztráty ukazuje, zda podnik generuje zisk nebo ztrátu za určité období. Pomáhá identifikovat, zda je podnik rentabilní a zda jeho činnost generuje dostatečné výnosy k pokrytí nákladů. Přehled zisku a ztrát je sestaven ve třech variantách – optimistická, realistická a pesimistická pro první rok mého podnikání.

Rok 2023	Optimistická	Realistická	Pesimistická
Celkové výnosy	495 000	325 000	320 000
Celkové náklady	822 630	822 630	822 630
EBT (Earn before taxes)	- 327 630	- 497 630	- 502 630
Daň z příjmu 19 %	0	0	0
EAT (Earn after taxes)	- 327 630	- 497 630	- 502 630

Tabulka 18 Přehled zisku a ztrát v prvním roce 2023 v Kč (vlastní zpracování)

Přehled zisku a ztrát je sestaven ve třech variantách – optimistická, realistická a pesimistická pro následující roky mého podnikání a to rok 2024 až 2027.

Rok 2024-2027	Optimistická	Realistická	Pesimistická
Celkové výnosy	980 000	816 000	646 000
Celkové náklady	717 130	717 130	717 130
EBT (Earn before taxes)	262 870	98 870	- 71 130
Daň z příjmu 19 %	49 945	18 785	0
EAT (Earn after taxes)	212 925	80 085	- 71 130

Tabulka 19 Přehled zisku a ztrát v dalších letech 2024-2027 (vlastní zpracování)

2.8.5 Rozvaha

Rozvaha byla sestavena jen v jedné variantě, a to realistické v letech 2023 až 2027.

Rozvaha	31.12.2023	31.12.2024	31.12.2025	31.12.2026	31.12.2027
AKTIVA celkem	252 370	351 240	450 110	548 980	647 850
Stála aktiva	0	0	0	0	0
Oběžná aktiva	252 370	351 240	450 110	548 980	647 850
Bankovní účet	227 370	326 240	425 110	523 980	622 850
Materiál	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000
PASIVA celkem	252 370	351 240	450 110	548 980	647 850
VK	252 370	351 240	450 110	548 980	647 850
ZK	750 000	750 000	750 000	750 000	750 000
VH z min. let	0	- 497 630	- 398 760	- 299 890	- 201 020
VH	- 497 630	98 870	98 870	98 870	98 870

Tabulka 20 Rozvaha v letech 2023-2027 v realistické variantě v Kč (vlastní zpracování)

2.8.6 Výkaz cash flow

Likvidita a platební schopnost je důležitým ukazatelem stability firmy. Výkaz cash flow poskytuje informace o tom, jak účetní firma generuje hotovost a zda je schopna splácet své závazky včas. Zajišťuje dostatek likvidity pro pokrytí běžných nákladů, jako jsou nájemné, faktury dodavatelů.

Výkaz je důležitý i pro plánované investice a růst firmy, dostatečná hotovost umožňuje z vlastních zdrojů financovat investice do nových projektů, jako je přestěhování kanceláře, popř. zaměstnání nového zaměstnance. Dále umožňuje plánovat finanční aktivity a řídit rizika. Také pomáhá identifikovat případné nedostatky hotovosti v období se záporným cash flow, čímž umožňuje včasné přijímání opatření pro řešení finančních potíží.

Níže v tabulce je sestaven přehled o cash flow za rok 2023 v realistické variantě pro jednotlivé měsíce.

Měsíc	1/2023	2/2023	3/2023	4/2023	5/2023	6/2023
Příjmy z poskytování služeb	-	-	32 000	32 000	32 000	32 000
Příjmy celkem	-	-	32 000	32 000	32 000	32 000
Zřizovací výdaje	10 000					
Investiční výdaje	115 000					
Provozní výdaje - jednorázové	10 500					
Provozní výdaje – roční	6 382					
Internet	399	399	399	399	399	399
Telefon	930	930	930	930	930	930
Nájem	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Energie, vodné, stočné	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
Licence MO	250	250	250	250	250	250
Reklama	2 800	2 800	2 800	2 800	2 800	2 800
Mzdy		43 850	43 850	43 850	43 850	43 850
Výdaje celkem	154 761	56 729	56 729	56 729	56 729	56 729
Konečný stav	- 154 761	- 56 729	- 24 729	- 24 729	- 24 729	- 24 729
Kumulované CF	- 154 761	- 211 490	- 236 219	- 260 948	- 285 677	- 310 406

Tabulka 21 Cash flow – realistická varianta rok 1/2023–6/2023 v Kč (vlastní zpracování)

Měsíc	7/2023	8/2023	9/2023	10/2023	11/2023	12/2023
Příjmy z poskytování služeb	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000
Příjmy celkem	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000	32 000
Zřizovací výdaje						
Investiční výdaje						
Provozní výdaje - jednorázové						
Provozní výdaje –						

roční						
Internet	399	399	399	399	399	399
Telefon	930	930	930	930	930	930
Nájem	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Energie, vodné, stočné	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
Licence MO	250	250	250	250	250	250
Reklama	2 800	2 800	2 800	2 800	2 800	2 800
Mzdy		43 850	43 850	43 850	43 850	43 850
Výdaje celkem	56 729	56 729	56 729	56 729	56 729	56 729
Konečný stav	- 24 729	- 24 729	- 24 729	- 24 729	- 24 729	- 24 729
Kumulované CF	- 335 135	- 359 864	-384 593	- 409 322	- 434 051	- 458 780

Tabulka 22 Cash flow – realistická varianta rok 7/2023–12/2023 (vlastní zpracování)

V tabulce č. 23 je vytvořen roční výkaz cash flow pro první rok podnikání v realistickém scénáři. Jen díky vysokému peněžnímu vkladu majitelky se záporné peněžní toky v prvním roce podaří ustát a v dalších letech se díky zvýšení počtu klientů podaří CF posunout do kladných čísel.

Položky výkazu CF

Částky v Kč

Příjmy z provozní činnosti	320 000
Výdaje z provozní činnosti	778 780
CF z provozní činnosti	- 458 780
Příjmy z investiční činnosti	0
Výdaje z investiční činnosti	0
CF z investiční činnosti	0
Příjmy z finanční činnosti	0
Výdaje z finanční činnosti	0
CF z i finanční činnosti	0
PS peněz	750 000
CF celkem	- 458 780
KZ peněz	291 220

Tabulka 23 Roční výkaz cash flow pro 1. rok, realistická varianta (vlastní zpracování)

2.9 Analýza rizik

Existuje mnoho rizik, která mohou nastat při zakládání účetní firmy. Níže jsou uvedena některá z hlavních rizik.

Rizika	Možné riziko
Právní rizika	Pro založení firmy si vyžaduje značné množství právních znalostí, aby byla firma v souladu se všemi potřebnými zákony a předpisy. Pokud tyto předpisy nejsou správně dodržovány, může to vést k právním problémům, což může mít negativní dopad na pověst a zisky firmy.
Konkurence	Firma může čelit konkurenci ze strany již existujících účetnických firem na trhu. Pokud moje firma nedokáže nabídnout konkurenceschopné ceny nebo kvalitní služby, může ztratit zákazníky a tržní podíl.
Finanční riziko	Zakládání může být finančně náročné a vyžaduje značné investice do infrastruktury a technologií. Pokud firma není schopna získat dostatečné množství zákazníků a vytvořit stabilní ziskovost, může to vést k finančním potížím, a dokonce ke krachu firmy.
Technologické riziko	Firma by měla být schopna používat moderní technologie a software, aby byla efektivní a konkurenceschopná. Pokud firma neinvestuje dostatečné množství času a peněz do vývoje technologií, může to vést k nedostatečné kvalitě poskytovaných služeb a ztrátě zákazníků (aktualizace systému).
Riziko reputace	Účetní firma musí být schopna udržovat dobré vztahy se zákazníky a dodržovat etické standardy. Pokud firma nedodržuje tyto standardy, může to vést k poškození reputace a ztrátě zákazníků.

Tabulka 24 Analýza rizik (vlastní zpracování)

3 Vyhodnocení

Celkové vyhodnocení provedu pomocí ukazatele rentability aktiv (ROA) a rentability vlastního kapitálu (ROE) v realistické variantě.

3.1 Ukazatel rentability aktiv (ROA)

Tento ukazatel se vypočítá dle vzorce 2, viz teoretická část, kdy se zisk před zdaněním a úroky vydělí hodnotou celkových aktiv.

ROA	2024	2025	2026	2027
EBIT	98 870	98 870	98 870	98 870
A	351 240	450 110	548 980	647 850
ROA	28,15 %	21,97 %	18,01 %	15,26 %

Tabulka 25 Výsledky ROA za rok 2024-2027 (vlastní zpracování)

Rentabilita celkový aktiv ukazuje, kolik je schopna jedna koruna aktiv přinést zisku. Rentabilita v prvním roce v realistické variantě byla z výpočtu vynechána z důvodu toho, že tento rok v podnikání vycházela ztráta v důsledku vysokých počátečních výdajů. Tento rok se podnikání nerentuje.

3.2 Ukazatel rentability vlastního kapitálu (ROE)

Tento ukazatel se vypočítá dle vzorce 1, viz teoretická část, kdy se zisk po zdanění vydělí hodnotou vlastního kapitálu.

ROE	2024	2025	2026	2027
EAT	80 085	80 085	80 085	80 085
VK	351 240	450 110	548 980	647 850
ROE	22,80 %	17,79 %	14,59 %	12,36 %

Tabulka 26 Výsledky ROE za rok 2024-2027 (vlastní zpracování)

Rentabilita vlastního kapitálu v prvním roce v realistické variantě byla z výpočtů vynechána z důvodu toho, že tento rok v podnikání vycházela ztráta v důsledku vysokých počátečních výdajů a nízkého odhadu počtu klientů. Z toho vyplývá, že podnikání v tento rok nerentuje.

Z tabulky 26 vyplývá, že nám ROE klesá, v následujících letech bychom se tedy měli více snažit nalákat více klientů, abychom dosahovali vyššího zisku.

Závěr

Hlavním záměrem této bakalářské práce bylo vytvoření podnikatelského plánu pro vlastní účetní firmu. Dalším cílem bylo sestavit konkrétní podnikatelský plán na 5 let, s důrazem na finanční aspekty a rizika podnikání.

V teoretické části práce jsem se zabývala základními pojmy včetně podnikání, právních forem podnikání, účetnictví a struktury podnikatelského plánu.

V praktické části jsem se nejprve zaměřila na zvážení podstatných aspektů při volbě právní formy podnikání a zdůvodnění volby, popis jednotlivých kroků při zakládání společnosti s ručením omezeným a následně jsem popsala postup při sestavování podnikatelského plánu. Vytvořila jsem titulní stranu s logem společnosti, která obsahovala informace jako název firmy, sídlo, DIČ, datum založení, majitel a základní kapitál. V rámci analýzy trhu jsem provedla analýzu makroprostředí, mikroprostředí, využitím PESTLE analýzy, analýzy pěti sil a SWOT analýzy.

Analýza konkurence firmě pomohla identifikovat největšího konkurenta, kterým byla identifikována společnost ÚOL, a.s. Tato společnost disponuje dobře zpracovanými webovými stránkami a uvedeným ceníkem. Pro moji firmu jsou dodavatelé důležití, proto jsem identifikovala několik klíčových dodavatelů, jako jsou dodavatelé softwaru, hardwaru, internetového připojení, kancelářského vybavení, telekomunikačních služeb a bezpečnostních a zálohovacích služeb. Svoje služby jsem zaměřila na malé a střední podnikatele v různých odvětvích na Vysočině a pomocí marketingového mixu 4P jsem definovala nabízené služby, stanovila cenu, propagaci a místo, kde bude firma sídlit.

V rámci finančního plánu jsem sestavila zakladatelský rozpočet, ve kterém jsem určila počáteční náklady, zdroje financování a základní rozvahu. Předpokládala jsem náklady a výnosy na pětileté období od roku 2023 do roku 2027 a pomocí bodu zvratu a analýzy trhu jsem odhadla počet klientů a výnosy pro optimistický, realistický a pesimistický scénář vývoje.

V prvním roce byly všechny tři scénáře spojeny se ztrátou, ale v následujících letech už se očekával zisk v optimistickém a realistickém scénáři.

V závěru jsem provedla celkové vyhodnocení pomocí ukazatele ROE (Return on Equity), který ukázal v prvním roce vysokou ztrátu způsobenou vysokými počátečními výdaji a obtížným odhadem počtu klientů. Nicméně v dalších letech se dostáváme do zajímavého zhodnocení vlastního kapitálu.

Přestože dosažení realistického a optimistického scénáře finančního plánu závisí na různých faktorech, vidím reálnou možnost realizovat tento podnikatelský záměr. Je důležité pečlivě sledovat ekonomický vývoj v České republice, pravidelně aktualizovat odhadované náklady a výnosy, identifikovat případná rizika a předcházet jim včas. Rovněž je nezbytné monitorovat konkurenční firmy v okolí a rychle reagovat na potřeby trhu a požadavky zákazníků.

Seznam použité literatury

- ADÁMEK, Pavel a Lucie MEIXNEROVÁ. *Business modelování: jak na business modely v digitálním prostředí*. Praha: Grada Publishing, 2022. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-3356-7.
- BEDNÁŘOVÁ, Dagmar a Dagmar ŠKODOVÁ-PARMOVÁ. *Malé a střední podnikání*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2003. ISBN 80-7040-625-9.
- BEDNÁŘOVÁ, Dagmar a Dagmar ŠKODOVÁ-PARMOVÁ. *Malé a střední podnikání*. 2., rozš. vyd. V Českých Budějovicích: Jihočeská univerzita, Ekonomická fakulta, 2020. ISBN 978-80-7394-807-8.
- CALICCHIO, Stefano. *SWOT ANALÝZA VE 4 KROCÍCH. Jak využít matici SWOT pro změnu v kariéře a podnikání*. 2021. ISBN 9791220842044.
- ČIŽINSKÁ, Romana a Pavel MARINIČ. *Finanční řízení podniku: moderní metody a trendy*. Praha: Grada, 2010. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-3158-2.
- DĚDINA, Jiří a Jiří ODCHÁZEL. *Management a moderní organizování firmy*. Praha: Grada Publishing, 2007. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2149-1.
- DŘÁŠILOVÁ, Alena. *Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele*. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-2182-3.
- DUŠEK, Jiří. *Podvojný účetnictví nejen pro samouky*. Praha: Grada Publishing, 2023. Účetnictví a daně (Grada). ISBN 978-80-271-5151-9.
- FINCH, Brian. *Jak napsat dobrý podnikatelský záměr: postupy a tipy, které vám pomohou získat podporu pro vaše nápady a podnikatelské plány*. Přeložil Petr FLORIAN. V Brně: Lingea, 2020. Vstříc úspěchu. ISBN 978-80-7508-623-5.
- HAYES, Adam. Business Plan: What It Is, What's included, and How To Write One. *Investopedia.com* [online]. [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp>
- HOLEČKOVÁ, Lenka a Jaroslava HYRŠLOVÁ. *Ekonomika podniku*. [Praha]: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2018. ISBN 978-80-87839-90-4.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. Praha: Grada, 2008. Expert (Grada). ISBN 9788024726908.
- KNÁPKOVÁ, Adriana, Drahomíra PAVELKOVÁ, Daniel REMEŠ a Karel ŠTEKER. *Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady*. 3., kompletně aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2017. Prosperita firmy. ISBN 978-80-271-0563-2.
- KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 9788024715452.
- KRUTINA, Václav a Martina NOVOTNÁ. *Ekonomika podniku: (cvičení)*. 3., aktualiz. a rozš. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta, 2014. ISBN 978-80-7394-455-1.
- NOVOTNÝ, Jiří. *Nauka o podniku I*. Brno: Masarykova univerzita, 2003. ISBN 80-210-3090-9.

NOVOTNÝ, Pavel. *Účetnictví pro úplné začátečníky*. Praha: Grada Publishing, 2021. Účetnictví a daně (Grada). ISBN 978-80-271-3104-4.

PARSONS, Noah. *How to write a business plan in 7 steps* [online]. [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://articles.bplans.com/how-to-write-a-business-plan/>

SCHINDLEROVÁ, Vladimíra. *Podnikatelský záměr: učební text*. Ostrava: Vysoká škola báňská – Technická univerzita, 2012. ISBN 978-80-248-2774-2.

SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.

SRPOVÁ, Jitka. *Začínáme podnikat: s případovými studiemi začínajících podnikatelů*. Praha: Grada Publishing, 2020. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2253-0.

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

ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena. *Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele*. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-2182-3.

ŠTEKER, Karel a Milana OTRUSINOVÁ. *Jak číst účetní výkazy: základy českého účetnictví a výkaznictví*. 3., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2021. Prosperita firmy. ISBN 978-80-271-3184-6.

ÚZ č. 1215 Živnostenské podnikání: Předpisy regulující podnikání. Ostrava: Sagit, 2017. 240 s. ISBN 978-80-7488-247-0

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

Vznik živnostenského oprávnění [online]. [cit. 2023-03-10]. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/sluzby-vs/vznik-zivnostenskeho-opravneni-S757>

Zákon č. 90/2012 Sb. o obchodních korporacích – znění od 15.01.2023

Zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 563/1991 Sb., zákon o účetnictví

Přílohy



Obrázek 8 Logo společnosti (vlastní zpracování pomocí canva.com)