

# Podnikatelský plán – založení nového podniku

Daniel Langer

---

Bakalářská práce  
2011



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta logistiky a krizového řízení

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta logistiky a krizového řízení  
Ústav ekonomie  
akademický rok: 2010/2011

## **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Daniel LANGER**  
Osobní číslo: **L070093**  
Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Logistika a management**

Téma práce: **Podnikatelský plán – založení nového podniku**

Zásady pro vypracování:

- 1. Problematika podnikatelského plánu, náležitosti podnikatelského plánu, rozhodování o založení podniku (právní, daňové, ekonomické aspekty).**
- 2. Návrh podnikatelského plánu na založení konkrétního podniku v České republice v odpovídajícím rozsahu a struktuře.**
- 3. Shrnutí poznatků teoretické a praktické části, formulace závěru bakalářské práce, zhodnocení naplnění cíle a přínosu práce.**

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

[1] FOTR, Jiří, SOUČEK, Ivan. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

[2] KORÁB, Vojtěch, REŽŇÁKOVÁ, Mária, PETERKA, Jiří. Podnikatelský plán. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

[3] SRPOVÁ, Jitka, et al. Podnikatelský plán. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 242 s. ISBN 978-80-245-1263-1.

Další odborná literatura dle doporučení vedoucího bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce:

**Ing. et Ing. Jiří Konečný, Ph.D.**

Ústav ekonomie

Datum zadání bakalářské práce:

**30. listopadu 2010**

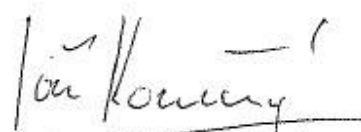
Termín odevzdání bakalářské práce:

**6. května 2011**

V Uherském Hradišti dne 2. února 2011



Ing. Romana Bartošíková, Ph.D.  
*pověřená děkanka*



Ing. et Ing. Jiří Konečný, Ph.D.  
*ředitel ústavu*

## **ABSTRAKT**

Abstrakt česky

Cílem bakalářské práce „Podnikatelský plán – založení nového podniku“ je zpracování podnikatelského plánu pro založení malého podniku. Teoretická část vysvětluje základy podnikání a jeho jednotlivé formy, podstatu podnikatelského plánu, jeho účel a funkce, a také popisuje strukturu podnikatelského plánu. Praktická část je zaměřená již na samotnou tvorbu podnikatelského plánu k čajovně a kavárně.

Klíčová slova: podnikání, založení podniku, podnikatelský plán, finanční plán

## **ABSTRACT**

The aim of the thesis “The business plan - starting a new business” is the processing of business plans for setting up a small business. The theoretical part explains the basics of business and its various forms, the essence of the business plan, its purpose and functions, and also describes the structure of the business plan. The practical part is dedicated to the very creation of a business plan to the tearoom.

Keywords: business, setting up a business, business plan, financial plan

Děkuji svému vedoucímu bakalářské práce panu doktoru Jiřímu Konečnému za poskytnutí velkého množství materiálů, které mi dobře sloužily po celou dobu vypracovávání mé bakalářské práce a také za konzultace, při kterých mi bylo dobře porazeno. Děkuji také všem lidem, kteří mi ochotně a někdy až nečekaně pomáhali a poskytovali informace nezbytné k dokončení práce.

### **Prohlašuji, že**

- beru na vědomí, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v archivu Fakulty logistiky a krizového řízení Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### **Prohlašuji,**

- že jsem na bakalářské práci pracoval/a samostatně a použitou literaturu jsem citoval/a. V případě publikace výsledků budu uveden/a jako spoluautor/ka;
- že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

V Uherském Hradišti dne 09.12.2010

  
.....  
podpis studenta/ky

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 PODNIKÁNÍ</b> .....	<b>11</b>
1.1 FYZICKÁ OSOBA .....	11
1.2 PRÁVNICKÁ OSOBA .....	11
<b>2 PODNIKATELSKÝ PLÁN</b> .....	<b>13</b>
2.1 ÚČEL PODNIKATELSKÉHO PLÁNU .....	13
2.2 POŽADAVKY NA PODNIKATELSKÝ PLÁN .....	14
2.3 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU .....	15
2.3.1 Titulní strana.....	17
2.3.2 Analýza trhu .....	17
2.3.3 Popis podniku .....	17
2.3.4 Výrobní plán .....	17
2.3.5 Marketingový plán .....	18
2.3.6 Organizační plán .....	18
2.3.7 Hodnocení rizik.....	18
2.3.8 Finanční plán.....	18
2.3.9 Přílohy (podpůrná dokumentace).....	19
2.4 NEJČASTĚJŠÍ CHYBY A PROBLÉMY SPOJENÉ S PODNIKATELSKÝMI PLÁNY.....	21
<b>3 FORMY PODNIKÁNÍ</b> .....	<b>22</b>
3.1 SAMOSTATNĚ PODNIKAJÍCÍ FYZICKÁ OSOBA .....	23
3.2 VEŘEJNÁ OBCHODNÍ SPOLEČNOST.....	24
3.3 KOMANDITNÍ SPOLEČNOST .....	25
3.4 SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM .....	26
3.5 AKCIOVÁ SPOLEČNOSTI .....	27
3.6 DRUŽSTVO .....	28
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>30</b>
<b>4 PODNIKATELSKÝ PLÁN</b> .....	<b>31</b>
4.1 TITULNÍ STRANA .....	31
4.1.1 Charakteristika podniku .....	31
4.1.2 Financování podniku .....	32
4.2 ANALÝZA TRHU.....	32
4.2.1 Odvětví.....	32
4.2.2 Konkurence .....	33
4.2.2.1 Nabízené služby u vybrané konkurence .....	34
4.2.2.2 Hodnocení konkurence .....	36
4.2.3 Zákazníci .....	37

4.3	POPIS PODNIKU .....	38
4.3.1	Podnikatelský záměr a přehled nabízených služeb .....	38
4.3.2	Umístění a cílový trh .....	39
4.3.3	Cíle a strategie .....	39
4.3.4	Otevírací doba.....	40
4.4	OBCHODNÍ PLÁN .....	40
4.5	MARKETINGOVÝ PLÁN.....	41
4.5.1	Distribuce .....	41
4.5.2	Cena .....	42
4.5.3	Propagace.....	42
4.6	ORGANIZAČNÍ PLÁN .....	44
4.6.1	Právní forma podnikání .....	44
4.6.2	Organizační struktura.....	44
4.6.3	Odměňování.....	44
4.7	HODNOCENÍ RIZIK .....	45
4.8	FINANČNÍ PLÁN .....	46
4.8.1	Počáteční rozvaha .....	46
4.8.2	Plán nákladů .....	46
4.8.3	Variantní analýza.....	47
4.8.3.1	Pesimistická varianta .....	48
4.8.3.2	Realistická varianta .....	49
4.8.3.3	Optimistická varianta .....	50
4.9	PŘÍLOHY .....	51
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>53</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>54</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>56</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>57</b>
	<b>SEZNAM TABULEK .....</b>	<b>58</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>59</b>



## ÚVOD

Téma Podnikatelský plán – založení nového podniku jsem si vybral pro jeho zajímavost, přístupnost, a také pro jeho možné uplatnění v mém budoucím životě, kdy se přikláním spíše k možnosti založit vlastní podnik, než být zaměstnancem v podniku.

V teoretické části své bakalářské práce se na úvod velmi stručně zabývám pojmem „podnikání“, co se tím rozumí, jaké jsou druhy podnikání a nutné podmínky pro jednotlivé druhy.

Po této rekapitulaci informací, s nimiž se setkávají již studenti středních, ekonomicky zaměřených, škol, se dostávám k samotnému jádru práce, a to podnikatelskému plánu. Zde popisuji charakteristiku podnikatelského plánu, k jakým účelům slouží a jaké jsou na něj kladeny požadavky, aby daným účelům co nejlépe vyhověl. Obširněji se věnuji struktuře podnikatelského plánu, jež slouží jako podklad pro opravdové podnikatelské plány a jejíž jednotlivé body nesou každý určitá specifika. Zmiňuji také nejčastější chyby, kterých se podnikatelé při sepsání podnikatelského plánu dopouštějí. Na konci teoretické části charakterizuji nejčastější druhy fyzických a právnických osob i s jejich výhodami a nevýhodami.

Praktická část bakalářské práce je již plně zaměřena na sepsání kompletního podnikatelského plánu na nově založený fiktivní podnik, čajovnu a kavárnu. Jednotlivé body v praktické části se odvíjejí od struktury podnikatelského plánu, která je uvedena v části teoretické.

Cílem bakalářské práce je vytvoření co možná nejvíce přesného a věrohodného podnikatelského plánu na čajovnu a kavárnu v reálných podmínkách města Kroměříže.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 PODNIKÁNÍ

Pojem podnikání je vysvětlen obchodním zákoníkem následovně:

*Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. (Obchodní zákoník, 2008, § 2)*

podnikatelem je pak podle zákona č. 513/1991 Sb.:

a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku

b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění

c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů

d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu (Obchodní zákoník, 2008, § 2)

Podnikat lze buď jako fyzická nebo právnická osoba.

### 1.1 Fyzická osoba

Fyzická osoba nabývá svá práva a povinnosti dnem narození a ztrácí je dnem úmrtí. Pro podnikání fyzické osoby jsou určeny následující všeobecné podmínky [7]:

- věk 18 let
- právní způsobilost
- trestní bezúhonnost

Při provozování některých živností jsou uplatňovány také zvláštní podmínky, a to odborná či jiná způsobilost. [4]

### 1.2 Právnická osoba

Právnická osoba má taktéž způsobilost mít práva a povinnosti. Vzniká dnem zápisu do obchodního nebo jiného zákonem určeného rejstříku, pokud neudává zvláštní zákon její vznik jinak. Děje se tak na základě písemné smlouvy nebo zakládací jistiny, pokud není zvláštním zákonem stanoveno jinak. [7]

Obchodní rejstřík definuje následující právnické osoby:

- osobní společnosti
- kapitálové společnosti
- družstva [8]

## 2 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Autoři Hisrich a Peters podnikatelský plán definují takto:

*„Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější i vnitřní faktory související se založením i chodem podniku.“* (Koráb, 2007, str. 11)

Jitka Srpová jej přirovnává k autoatlasu, který by nám měl usnadnit odpovědi na otázky typu: kde jsme, kam se chceme dostat a jak se tam dostaneme. [4]

Obecně lze podnikatelský plán chápat jako dokument, který nám slouží jako:

- základní podnikatelský dokument nutící podnikatele důkladně promyslet a posoudit své podnikatelské záměry
- zdroj informací pro potenciální investory, zdali je pro ně výhodné účastnit se podnikatelského projektu
- provozní průvodce podnikatelských činností a také kontrola jejich naplňování [10]

### 2.1 Účel podnikatelského plánu

Podnikatelský plán by měl sloužit podnikateli především k interním účelům. Často však bývá komplexně sestavován teprve ve chvíli, kdy ho od podnikatele požaduje banka, budoucí společník či investor. [4]

Uvnitř firmy by měl podnikatelský plán sloužit jako plánovací nástroj, podklad pro rozhodovací proces, nástroj kontroly atd., zejména v případech, kdy podnikatel firmu zakládá a kdy firma stojí před výraznými změnami mohoucími mít dlouhodobé důsledky na její chod. [4] Pokud se podniku daří, podnikatelský plán ukáže, kdy začne zvýšený prodej vyžadovat i vyšší provozní kapitál. Naopak pokud se podniku příliš nedaří, podnikatelský plán upozorní, že je potřeba situaci neprodleně řešit, aby mohl podnik dostát svým obchodním závazkům. [2]

Někteří podnikatelé dávají stručný výtah z podnikatelského plánu k dispozici také zaměstnancům, aby se mohli seznámit se základními cíli firmy a posílila se identita pracovníků s firmou. [4]

Externí subjekty na základě podnikatelského plánu analyzují možnosti firmy realizovat podnikatelský záměr, schopnost ucházet se o některý druh podnikatelské podpory apod. V takovém případě je potřeba přesvědčit banku či jiného investora o výhodnosti projektu, na jehož financování je kapitál požadován. Kvalitně a pečlivě zpracovaný podnikatelský plán může výrazně přispět k získání potřebného kapitálu. [4]

Podnikatelský plán je nezbytným dokumentem pro získání:

- bankovních úvěrů
- podpůrných prostředků z různých státních fondů a fondů EU
- vlastního kapitálu od společností rizikového kapitálu, soukromých a institucionálních investorů [6]

## 2.2 Požadavky na podnikatelský plán

Při zpracování podnikatelského plánu by se měly respektovat obecně platné zásady, jelikož zejména externí subjekt bude mít s největší pravděpodobností k dispozici plány i jiných firem, které na něj chtějí také zapůsobit a získat finanční prostředky. Z tohoto důvodu by měl zpracovaný podnikatelský plán splňovat určité požadavky, především [4]:

- být stručný a přehledný (ne delší, než 50 strojových stran)
- být jednoduchý a nezacházet do technických a technologických detailů (tzn. být srozumitelný pro bankéře a investory)
- demonstrovat výhody produktu či služby pro uživatele, respektive zákazníka
- orientovat se na budoucnost, tzn. neudávat, čeho již firma dosáhla, ale na vystižení trendů, na zpracování prognóz a na jejich využití k charakterizování čeho má být dosaženo
- být realistický a co nejméně optimistický (např. otevřené ohodnocení konkurence zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského plánu)
- nebýt příliš optimistický z hlediska tržního potenciálu, snižuje to důvěryhodnost na straně poskytovatele kapitálu
- nebýt však ani příliš pesimistický, při podceňování může být daný projekt pro investora neatraktivní

- nezakrývat slabá místa a rizika projektu – pokud je investor odhalí, sníží se tím důvěra projektu, naopak pokud uvedeme a rozebereme možná rizika a jejich řešení, může to investora přesvědčit o naší připravenosti
- upozornit na konkurenční výhody projektu, silné stránky podniku a na kompetenci manažerského týmu
- prokázat schopnost podniku hradit úroky a splátky v případě užití bankovního úvěru k financování projektu
- prokázat, jakým způsobem může poskytovatel kapitálu formou účasti, rizikového kapitálu aj. získat zpět vynaložený kapitál i s patřičným zhodnocením
- být kvalitně zpracován i po formální stránce [1]

Vzhledem k významnému vlivu kvality přípravy projektů a podnikatelského plánování na dosažení prosperity podniku v tržním prostředí je třeba, aby vedení podniku věnovalo zpracování podnikatelského plánu zaslouženou pozornost. Současně je však důležité si uvědomit, že zpracovaný podnikatelský plán nebude vzhledem k proměnlivosti podnikatelského okolí platit beze změny delší dobu. Je proto třeba jej chápat jako stále živý a vyvíjející se dokument, který je nutno neustále adaptovat a upravovat vzhledem k měnícím se podmínkám. [1]

### 2.3 Struktura podnikatelského plánu

Pan Veselý zmiňuje, že i přes rozdílnost záměrů např. začínajícího řemeslníka a velké výrobní firmy, mají jejich podnikatelské plány společnou podstatnou obsahovou náplň, což je dáno zejména podobností účelu, pro který jsou zpracovány a také vnitřní logikou postupu informačního procesu. Takže i když se jednotlivé části mohou lišit jak rozsahem, tak i obsahem, tak jak se liší i jednotlivé podniky, doporučuje členění podnikatelského plánu do následujících kapitol:

- obsah
- shrnutí výsledků
- obecný popis podniku
- organizace podniku a klíčové osobnosti

- výrobky nebo služby
- analýza trhu
- odbyt
- výroba
- ekonomika firmy a projektu
- financování [5]

Pan Koráb uvádí, že struktura podnikatelského plánu je pro každý podnik individuální záležitostí. Některé atributy by však měl obsahovat každý podnikatelský plán a nezáleží přitom pro jaký podnik, či skupinu uživatelů, je vypracován. Po porovnání struktur plánů uváděných v literatuře se zkušenostmi z praxe, doporučuje následující členění:

- titulní strana
- analýza trhu
- popis podniku
- výrobní plán
- marketingový plán
- organizační plán
- hodnocení rizik
- finanční plán
- přílohy [2]

V rámci této bakalářské práce jsem se rozhodl použít strukturu doporučovanou panem Korábem.



### 2.3.1 Titulní strana

Podává stručný výklad obsahu podnikatelského plánu. Obvykle jsou zde uvedeny údaje jako název a sídlo společnosti, jména podnikatelů a kontakty (telefony, e-maily), popis podniku a povaha podnikání či způsob financování a jeho struktura. [2]

### 2.3.2 Analýza trhu

Do analýzy trhu patří zejména analýza konkurenčního prostředí, kde jsou zahrnuti všichni významní konkurenti včetně jejich silných a slabých stránek a možností, jak by mohli negativně ovlivnit tržní úspěch našeho podniku. Dále je zde detailní analýza odvětví z hlediska vývojových trendů a historických výsledků. Rovněž je vhodné zahrnout do této kapitoly přírodní faktory, politickou situaci, legislativní podmínky aj. V neposlední řadě je zde uvedena analýza zákazníků na základě provedení segmentace trhu. [2]

### 2.3.3 Popis podniku

V této části podnikatelského plánu se uvádí podrobný popis podniku. Je důležité, aby si potenciační investor mohl zprostředkovat představu o velikosti podniku a jeho záběru. Popis podniku by měl obsahovat pouze doložitelná fakta, která se týkají jeho založení, či různých úspěchů. Dále se v této části definují strategie a cíle podniku a také cesty k jejich dosažení. [2]

Za klíčové prvky jsou v této části podnikatelského plánu považovány:

- výrobky či služby
- umístění/lokalita a velikost podniku
- přehled personálu podniku a organizační schéma
- veškeré kancelářské zařízení a jiné technické vybavení
- průprava podnikatele (znalostní vybavení a předchozí praxe či reference) [2]

### 2.3.4 Výrobní plán

V této pasáži je zachycen celý výrobní proces. Pokud bude podnik realizovat část výroby formou subdodávek, je nutné, aby zde byli uvedeni i tito subdodavatelé včetně důvodů pro jejich výběr. Rovněž je nutné uvést informace o již uzavřených smlouvách. Pokud bude celá

nebo i část výroby zjišťována samotným podnikatelem, musí zde být uveden popis potřebných strojů a zařízení, dále také používané materiály a jejich dodavatelé. [2]

Nejedná-li se o výrobní podnik, bude se tato část pojmenována jako „obchodní plán“ a bude obsahovat informace o nákupech zboží a služeb, potřebné skladovací prostory atd. Pokud jde o oblast poskytování služeb, bude se v této části podnikatelského plánu popisovat proces poskytování služeb, vazby na subdodávky a tím opět hodnocení vybraných subdodavatelů. [2]

### **2.3.5 Marketingový plán**

Tato část objasňuje, jakým způsobem bude probíhat distribuce výrobků nebo služeb, jejich oceňování a propagování. Jsou zde rovněž uvedeny odhady objemu produkce nebo služeb, ze kterých lze následně odvodit odhad rentability podniku. Marketingový plán je často investory považován za nejdůležitější součást zajištění úspěchu podniku. [2]

### **2.3.6 Organizační plán**

V této kapitole podnikatelského plánu se popisuje forma vlastnictví nového podniku. V případě obchodní společnosti je nutno detailněji rozvést informace o managementu podniku a také dle příslušné právní formy údaje o obchodních podílech. Jsou zde zaznamenáni klíčoví vedoucí pracovníci podniku, jejich vzdělání a praktické zkušenosti. Je určena nadřazenost a podřízenost vedoucích. Vše je znázorněno organizační strukturou podniku. [2]

### **2.3.7 Hodnocení rizik**

V hodnocení rizik je potřeba popsat největší rizika, plynoucí z možné reakce konkurence, ze slabých stránek marketingu, výroby či manažerského týmu nebo technologického vývoje. Tato rizika je nezbytné analyzovat a připravit alternativní strategie pro jejich eliminování. Pro potenciální investory je tento přístup zárukou, že podnikatel si je takových rizik vědom a je připraven jim v případě potřeby čelit a nějakým způsobem je vyřešit. [2]

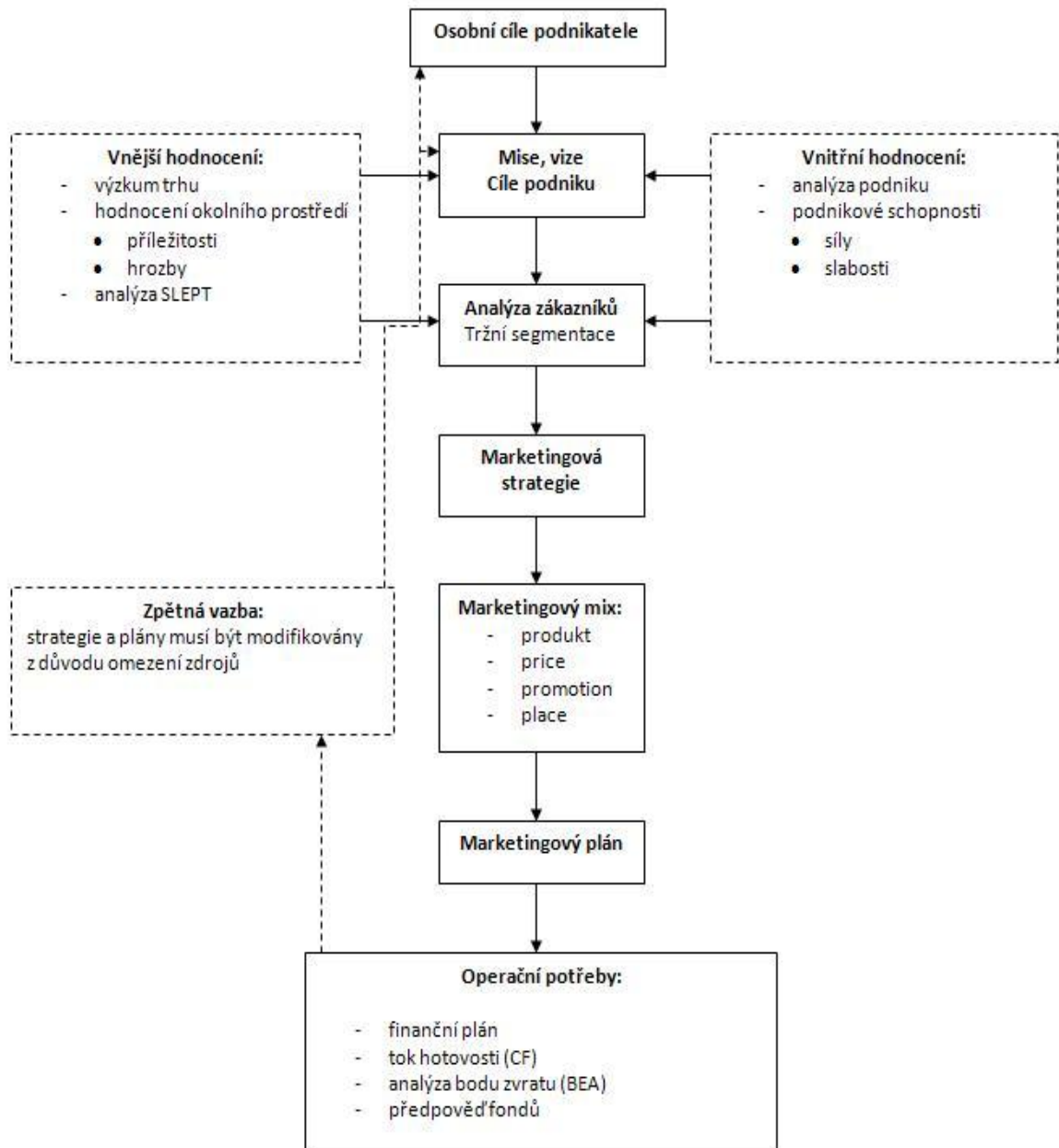
### **2.3.8 Finanční plán**

Kapitola zvaná finanční plán, tvoří důležitou součást podnikatelského plánu. Určuje potřebné objemy investic a ukazuje, nakolik je ekonomicky reálný podnikatelský plán jako celek. Finanční plán se podrobněji zabývá třemi nejdůležitějšími oblastmi, a to:

- předpokladem příslušných příjmů a výdajů s výhledem alespoň na tři roky, zahrnujícím očekávané tržby a kalkulované náklady
- vývojem hotovostních toků (cash-flow) v příštích třech letech
- odhadem rozvahy (balance), která poskytuje informace o finanční situaci podniku k určitému datu [2]

### **2.3.9 Přílohy (podpůrná dokumentace)**

Zde jsou obvykle uvedeny informativní materiály, jež nelze začlenit do samostatného textu podnikatelského plánu. Na jednotlivé přílohy by měly být v textu odkazy. [2]



Obr. 1 Schéma plánovacího procesu [2]

## 2.4 Nejčastější chyby a problémy spojené s podnikatelskými plány

- a) odložení plánu na zítřek – podnikatel odkládá zpracování podnikatelského plánu, zpracovává ho teprve tehdy, když je to nevyhnutelně nutné
- b) nedbalé cash-flow – velké množství malých podnikatelů zaměňuje zisk za hotovost, zvláště v počátcích svého podnikání
- c) inflace podnikatelské myšlenky – přecenění důležitosti podnikatelské myšlenky
- d) obavy a strach – zpracování podnikatelského plánu není tak náročné, jak se může zdát
- e) vágní cíle – odpoutání se od vágních cílů typu „být nejlepší“
- f) jedna velikost se hodí pro všechno – jeden podnikatelský plán se opravdu nedá použít pro jakékoliv účely
- g) zředěné priority – strategie je fokus, celý podnikatelský plán by měl obsahovat 3-4 priority
- h) naslepo nastřelené cesty růstu – nejdříve mírný růst prodeje a ten pak může následovat silnější růst
- i) podnikatelský plán předložený nesprávným lidem – je plýtvání časem rozesílat podnikatelský plán na všechny strany, je vždy zpracován s jasným účelem pro vyhraněnou skupinu lidí
- j) slabý management – hlavně investoři čtou tuto část podnikatelského plánu mezi prvními
- k) velikášství – je velké nebezpečí, když podnikatel silně přeceňuje možnosti podniku [2]

### 3 FORMY PODNIKÁNÍ

Vzhledem k faktu, že volba právní formy a předmětu podnikání patří k rozhodnutím, které budou podnikatele provázet po delší dobu, je zařazen tento krok až po vytvoření podnikatelského plánu, jelikož v této fázi zakládání firmy by už měl mít potenciální podnikatel jasno v tom, co chce do budoucna dělat. [4]

Na jednotlivé činnosti musí podnikatel získat buď živnostenské anebo jiné oprávnění. Musí provést rozhodnutí, zdali bude podnikat jako fyzická nebo právnická osoba. Pokud se rozhodne podnikat jako právnická osoba, musí poté zvážit, zda založí osobní nebo kapitálovou obchodní společnost. Bude se pravděpodobně rozhodovat na základě následujících otázek:

- Jaký je způsob a rozsah ručení u jednotlivých právních forem podnikání?
- Kdo má oprávnění k řízení podniku?
- Kolik musí být zakladatelů?
- Jaké jsou nároky na počáteční vložení kapitálu?
- Jaká je administrativní náročnost založení?
- Jaká je účast na zisku?
- Jaké budu mít možnosti získat finanční prostředky?
- Budu mít zveřejňovací povinnost?
- Jaké je daňové zatížení? [4]

Volba právní formy má nesmírný význam pro každý podnik. Jde o podnikatelské rozhodnutí, které pro podnik znamená dlouhodobé ekonomické, právní a daňové důsledky. [6]

Pro podnik neexistuje žádná optimální forma podnikání. Jelikož má každý různou výchozí situaci, existují nutně také různá řešení. Do budoucna nemusí také být trvale výhodné zachovávat jednu zvolenou právní formu, podmínky pro podnik se mohou dříve nebo později změnit. Pro zakladatele firmy může být z počátku nejlepší volbou podnikat třeba jako fyzická osoba, když se ovšem firma časem rozroste, je možná výhodný přechod na jinou právní formu – např. společnost s ručením omezeným. [6]

Je tedy vhodné vyvarovat se univerzálních receptů a zobecňování, jež mohou mít pro firmu osudové následky. [6]

### 3.1 Samostatně podnikající fyzická osoba

Obvyklou formou podnikání fyzické osoby je živnost. Živností se vysvětluje jako pravidelná výdělečná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost a vlastní riziko za účelem zisku. Podnik fyzické osoby je vlastněn jen jednou osobou. Název firmy musí obsahovat jméno a příjmení podnikatele a dále může obsahovat dodatek odlišující osobu podnikatele nebo druh podnikání. Aby fyzická osoba mohla začít podnikat, musí splňovat řadu podmínek vyplývajících ze zákona. [6]

Živnosti se podle požadavků na odbornou způsobilost dělí na ohlašovací a koncesované.

Živnosti ohlašovací jsou provozovány na základě ohlášení a jejich další dělení je následující:

- živnosti řemeslné, kdy je odborná způsobilost získána vyučením v oboru a praxí (zámečnictví, hodinářství, zednictví atd.)
- živnosti vázané, kdy je odborná způsobilost stanovena pro každou živnost samostatně (výroba, montáž, opravy a revize plynových zařízení); provozování těchto živností podmiňuje získání průkazu způsobilosti
- živnosti volné, u kterých není odborná způsobilost stanovena [6]

Živnosti koncesované se mohou vykonávat jen na základě udělení tzv. koncese, kterou uděluje živnostenský úřad. Pro její udělení je nutné, aby podnikatel měl požadované vzdělání, absolvoval speciální kursy apod. Koncesovanou živností je např. hubení škodlivých živočichů, rostlin a mikroorganismů, vývoj, výroba, opravy zbraní, pohřební služby, taxislužba aj.

Aby tedy mohla fyzická osoba podnikat, musí získat živnostenský list nebo koncesní listinu. Ty vydává živnostenský úřad, který také vede tzv. živnostenský rejstřík. Živnostenský rejstřík je veřejný seznam, do kterého může ve vymezených částech nahlédnout každý. Živnostenský úřad tak eviduje v živnostenském rejstříku všechny živnosti ve své působnosti, a také pozastavení nebo přerušování provozování živnosti aj. [6]

#### Výhody

- minimum formálně právních povinností při zakládání firmy
- velmi nízké správní výlohy nutné pro založení firmy
- není stanoven žádný minimální povinný vklad při zakládání společnosti
- není povinnost zveřejňovat účetní závěrky [6]

### **Nevýhody**

- vysoké riziko vyplývající z neomezeného ručení majetkem podnikatele
- možné finanční problémy v podnikání se mohou projevit v rodině podnikatele
- vysoké požadavky na odborné i ekonomické znalosti podnikatele
- časté funkční přetížení podnikatele [6]

## **3.2 Veřejná obchodní společnost**

Veřejná obchodní společnost je typickou osobní společností. Společnou charakteristikou osobních společností je skutečnost, že jsou vytvořeny a vlastněny dvěma nebo i více osobami, podnikajícími pod společnou firmou a ručícími za závazky společnosti společně a nerozdílně veškerým svým majetkem. Z důvodu neomezeného ručení není stanovena žádná povinnost mít při svém založení nějaký majetek ani povinnost společníků vložit do společnosti nějaký vklad. Společníci se na povinnosti vložit do společnosti určitý vklad však mohou dohodnout ve společenské smlouvě. Společníci se osobně zúčastňují podnikání a obchodní vedení je v rukou všech společníků, pokud to není ve společenské smlouvě uvedeno jinak. [6]

### **Výhody**

- nenutnost počátečního kapitálu
- neomezené ručení společníků budí důvěru v společnost
- nesložité vystoupení společníka ze společnosti
- snadný přístup k cizímu kapitálu [6]

### **Nevýhody**

- neomezené ručení společníků přináší možná osobní rizika
- z důvodu vysokého osobního rizika mohou vznikat konflikty při řízení společnosti
- pro založení společnosti musí být minimálně dva společníci
- pro společníky je platný zákaz konkurence [6]



### 3.3 Komanditní společnost

Komanditní společnost je představitelem zvláštního hybridního typu společnosti, jež v sobě kombinuje jak prvky veřejné obchodní společnosti, tak prvky společnosti s ručením omezeným. Jde o společnost, v níž jeden nebo více společníků (komanditista) ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného v obchodním rejstříku a jeden nebo více společníků (komplementář) ručí celým svým majetkem. Ze zákona plyne povinnost, aby komanditisté vložili do společnosti základní kapitál ve výši určené společenskou smlouvou, minimálně však částku 5 tis. Kč. Společenská smlouva pak musí obsahovat výši vkladu každého komanditisty. Komplementář není povinen do společnosti vložit žádný vklad, může tak ale učinit. V takovém případě společenská smlouva musí obsahovat i výši jeho vkladu.

Postavení komplementářů se podobá postavení společníků ve veřejné obchodní společnosti, postavení komanditistů se blíží postavení společníků ve společnosti s ručením omezeným.

Obchodní řízení firmy přísluší pouze komplementářům, komanditistům připadá pouze kontrolní pravomoc. Zisk je rozdělen podle společenské smlouvy. [6]

#### Výhody

- nenutnost vysokého počátečního kapitálu, povinný vklad komanditisty je 5 tis. Kč
- pro komanditisty není platný zákaz konkurence
- komanditisté jsou oprávněni nahlížet do účetních knih a zmocnit auditora ke kontrole účetní závěrky
- zisk je dělen podle společenské smlouvy mezi komplementáře a komanditisty [6]

#### Nevýhody

- administrativně náročnější vznik – nutné sepsání společenské smlouvy
- neomezené ručení komplementářů
- možné rozpory mezi prioritami komanditistů a komplementářů – každý totiž nese jinou míru rizika
- ke změně společenské smlouvy je nutnost souhlasu komplementářů i komanditistů [6]

### 3.4 Společnost s ručením omezeným

Jde o kapitálovou společnost, jejíž základní kapitál tvoří vklady společníků. Společnost je odpovědná za porušení svých závazků celým svým majetkem. Společník ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu, který je zapsán v obchodním rejstříku. Společnost může založit i jedna osoba a naopak maximální počet společníků je 50. Hodnota základního kapitálu společnosti musí být alespoň 200 tis. Kč a hodnota vkladu společníka musí činit alespoň 20 tis. Kč. Společnost je povinna vytvářet rezervní fond. Společníky mohou být jak fyzické osoby, tak právnické osoby. Jedna fyzická osoba může být jediným společníkem nejvýše ve třech společnostech s ručením omezeným. [6]

Nejvyšším orgánem společnosti s ručením omezeným je valná hromada. Statutárním orgánem je pak jeden nebo více jednatelů. Jednatele jmenuje valná hromada společnosti. Rozdělování zisku společnosti se řídí ustanoveními uvedenými ve společenské smlouvě nebo se provádí podle výše podílů společníků. [6]

#### Výhody

- omezené ručení všech společníků
- zákaz konkurence platí pro jednatele, na společníky jej lze rozšířit pouze společenskou smlouvou
- pro přijetí většiny rozhodnutí není nutný souhlas všech společníků
- vklad lze splatit ve lhůtě pěti let (před podáním návrhu na zápis do obchodního rejstříku musí být splaceno 30% každého vkladu, a to v úhrnné výši všech vkladů alespoň 100 tis. Kč) [6]

#### Nevýhody

- nutnost počátečního kapitálu
- financování z cizích zdrojů závisí na důvěryhodnosti, kterou si firma vytvoří, v očích obchodních partnerů je s. r. o. méně důvěryhodná než osobní obchodní společnosti
- administrativně náročnější založení a chod společnosti
- zisk společnosti je zdaněn daní z příjmů právnických osob, vyplacené podíly na zisku jsou dále zdaněny srážkovou daní [6]

### 3.5 Akciová společnost

V případě akciové společnosti se základní kapitál nevytváří přímo vklady společníků, ale je rozvržen na určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě. Společnost je odpovědná za porušení svých závazků celým svým majetkem. Akcionář neručí za závazky společnosti vůbec. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, představenstvo je pak statutárním orgánem, jenž řídí činnost společnosti a jedná jejím jménem. Na výkon působnosti představenstva a uskutečňování podnikatelské činnosti dané společností dohlíží dozorčí rada. [6]

V akciové společnosti může vzniknout základní kapitál dvěma způsoby. Může-li se stát akcionářem kromě zakladatelů kterákoliv osoba, je společnost založena na základě výzvy k upisování akcií. Jsou-li akcionáři pouze zakladatelé, je společnost založena bez výzvy k upisování akcií. Společnost však musí v každém případě mít svého zakladatele. Je-li tímto zakladatelem právnická osoba, může být společnost založena pouze jediným zakladatelem. V jiném případě musí být založena dvěma a více zakladateli. Zakládají-li společnost dva a více zakladatelů, uzavírají mezi sebou zakladatelskou smlouvu. Jediný zakladatel zakládá společnost zakladatelskou listinou, kterou sepisuje ve formě notářského zápisu. Základní kapitál společnosti, která je založena veřejnou nabídkou akcií musí činit alespoň 20mil. Kč, základní kapitál společnosti založené bez veřejné nabídky akcií musí činit alespoň 2 mil. Kč.

Akcie je cenný papír, s nímž pojí akcionáře jako společníka práva podílet se na řízení společnosti, zisku a likvidačním zůstatku při zániku společnosti. Jmenovitá hodnota akcie, popř. spolu s částkou nad jmenovitou hodnotu akcie (tzv. emisním ážiem) je splácena vklady jednotlivých akcionářů, kteří společnost zakládají. Společnost získává finanční zdroje tedy tak, že emituje akcie a jejich emisí (upisováním) obdrží peníze. Emise akcií může být provedena ve dvou podobách, listinné nebo zaknihované. [6]

Akcie jedné společnosti mohou mít různou jmenovitou hodnotu. Akcie mohou mít dvě formy, akcie na jméno nebo akcie na majitele. U akcií na jméno je společností veden seznam akcionářů, v němž se zapisuje označení druhu a formy akcie, její jmenovitá hodnota, název a sídlo právnické osoby nebo jméno a bydliště fyzické osoby, která je akcionářem, popř. číselné označení akcie. Práva spojená s akcií na jméno, je oprávněna ve vztahu ke společnosti vykonávat pouze osoba uvedená v seznamu akcionářů. Právo na výplatu dividendy, předností právo na upisování akcií a právo na vyplacení podílu na likvidačním zůstatku však

může vykonávat i jiná osoba, na niž akcionář vlastní akci na jméno tato práva převedl. Akcie na majitele je neomezeně převoditelná. [6]

Akcie se člení na druhy podle práv, jež jsou s nimi spojena. Nejznámějším příkladem druhů jsou akcie zaměstnanecké a prioritní akcie. Prioritní akcie poskytují některá přednostní práva, obvykle přednostní nárok na výnos z akcie, tj. dividendu. Akcie, s nimiž nejsou spojena žádná zvláštní práva, se nazývají kmenové akcie. Tyto akcie jsou nejrozšířenější. [6]

### **Výhody**

- akcionáři neručí za závazky společnosti
- velmi dobře vnímána obchodními partnery – solidnost a stabilita
- dobrý přístup ke kapitálu
- dividendy nepodléhají odvodu pojistného sociálního pojištění [6]

### **Nevýhody**

- nutný vysoký základní kapitál
- velmi komplikovaná a omezující právní úprava
- administrativně náročné založení a řízení společnosti
- nelze založit jednou fyzickou osobou [6]

## **3.6 Družstvo**

Družstvo je společenstvím neuzavřeného počtu osob založeným za účelem podnikání nebo zajišťování sociálních, hospodářských nebo jiných potřeb svých členů. Družstvo musí založit buď 5 fyzických anebo 2 právnické osoby. Družstvo je právnickou osobou a za porušení svých závazků je odpovědné celým svým majetkem. Členové neručí za závazky družstva vůbec. Podmínkou pro vznik členství je splacení členského podílu určeného stanovami. Základní kapitál družstva musí být nejméně 50 tis. Kč. Družstvo je povinno při svém vzniku zřídit nedělitelný fond, a to nejméně ve výši 10% zapisovaného základního kapitálu a doplňovat jej postupně až do doby, než dosáhne částky rovnající se polovině zapisovaného základního kapitálu družstva. Orgány družstva jsou představenstvo, členská schůze a kontrolní komise. Základním dokumentem družstva jsou stanovy družstva. [6]

### **Výhody**

- členové vůbec neručí za závazky družstva
- přijetí nového člena je administrativně velmi jednoduché, nemění se stanovy, stačí podat přihlášku
- jednoduché vystoupení členů z družstva
- poměrně nízký kapitál pro založení [6]

### **Nevýhody**

- zákaz konkurence pro členy kontrolní komise a představenstva
- tvorba nedělitelného fondu
- zisk družstva je zdaněn daní z příjmů právnických osob, vyplacené podíly na zisku jsou pak zdaněny srážkovou daní [6]

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 PODNIKATELSKÝ PLÁN

### 4.1 Titulní strana

Název podniku: Té & Café Zapomněnkov, s. r. o.  
Sídlo podniku: Generála Svobody 1262, Kroměříž 767 01  
Společníci: Daniel Langer  
Filip Skála  
Kontakt: mobil: +420 774 901 922  
+420 605 328 625  
e-mail: LangerDaniel@email.cz  
SkalaFilip@email.cz  
Forma podnikání: společnost s ručením omezeným  
Základní kapitál: 300 000,- Kč  
Datum založení: 1. 1. 2012  
Logo firmy:



*Obr. 2 Logo podniku*

#### 4.1.1 Charakteristika podniku

Nekuřácká čajovna a kavárna poskytující možnost posedět a odpočinout si v osobitém prostředí u dobrého čaje, exotické kávy či jiného nápoje. Součástí čajovny bude také malá prodejna s čaji, kávou a příslušenstvím. Pro návštěvníky budou připravovány komorní koncerty, výstavy, přednášky či předčítání z knih v prostorách čajovny, budou mít také možnost si

vypůjčit knihu z knihovničky či společenskou hru. Raritou podniku bude způsob objednávání skrz bezdrátové objednávací pultíky instalované u každého posezení.

#### 4.1.2 Financování podniku

Financování podniku zajistí společníci z vlastních zdrojů. Bude se jednat o peněžité vklady, jejichž výši znázorňuje následující tabulka:

Tab. 1 Výše vkladů a podíly společníků

Jméno společníka	Výše vkladu v Kč	Podíl
Daniel Langer	150 000,-	1/2
Filip Skála	150 000,-	1/2
Σ	300 000,-	1

## 4.2 Analýza trhu

### 4.2.1 Odvětví

I když nejsou čajovny typickým zástupcem daného segmentu, i tak jsou řazeny do odvětví „restaurace a hospody“. Toto odvětví bylo jako každé jiné zasáhnuto ekonomickou recesí, kdy lidé přestaly utrácet tak velké množství peněz. Úbytek zákazníků a snížené tržby pocítily hlavně restaurace, kde se očekává, že člověk utratí více peněz za občerstvení. Kavárny, hospody, pivnice a podobné podniky si veskrze své zákazníky udržely, jelikož řada lidí ráda chodí do společnosti a zejména pro mladé lidi se jedná o módní záležitost a otázku osobní prestiže.

Jak jsem již uvedl, čajovny jsou tak trochu kategorií samy pro sebe. Od ostatních podniků v segmentu se liší jednak použitými interiéry, nabízeným zbožím a službami, ale i lidmi, které je navštěvují a z toho všeho vyplývající jedinečnou atmosférou, kterou v klasické kavárně či pivnici opravdu nezažijete. Touto profilací se čajovny zaměřují na užší počet zákazníků, pro které jsou víceméně jedinou volbou. Návštěva čajovny není totiž častokrát jen o vypití objednaného moku a konverzaci s doprovodem, ale pro mnoho lidí je určitým rituálem, filozofií a životním stylem. Toto působení a naopak vnímání čajoven je pro ně samotné obrov-



skou výhodou, jelikož na trhu není podobného subjektu. Navíc v dnešní době, kdy se prolamují různá náboženská a společenská dogmata, společnost je otevřenější a svým způsobem tolerantnější a mladí lidé se snaží ztotožnit s většími ideologickými skupinami, je návštěva čajovny i módní záležitostí a především středoškolští a vysokoškolští studenti si s tímto trendem velmi rozumí.

#### 4.2.2 Konkurence

Z předešlého odstavce je zřejmé, že přímá konkurence pro čajovny neexistuje, mohou si však být konkurencí mezi sebou. To ovšem ve většině případů neplatí. Přestože je v České republice největší počet čajoven na jednoho obyvatele na světě, v konečném součtu to vychází 2-3 čajovny na krajské město a 1, maximálně 2 čajovny na okresní či podobně velké město.

Ve Zlínském Kraji je situace následující:

1 čajovna – Fryšták, Holešov, Luhačovice, Otrokovice, Rožnov pod Radhoštěm, Valašské Meziříčí, Vsetín

2 čajovny – Uherské Hradiště

3 čajovny – Zlín

Tyto podniky si navzájem dostatečně nekonkurují, jelikož jestli někdo např. ve Vsetíně zjistí u sebe potřebu návštěvy čajovny, v 99 % případů si vybere místní podnik a nepodnikne hodinu a půl dlouhou cestu do Kroměříže.

Z tohoto důvodu jsem se rozhodl hledat a vidět konkurenci v kavárnách, které do jisté míry poskytují obdobný sortiment, a tím i přitahují podobné zákazníky a také pak v podnicích, které mají specifickou atmosféru, a tím mohou lákat zákazníky, kteří hledají zvláštní, neobvyklý zážitek z posezení.

#### KAVÁRNY

Café Classik (Vodní 92, Kroměříž)

Caffè Incontro (Ztracená 204, Kroměříž)

Café a Restaurant Stará Střelnice (U Rejdiště 648, Kroměříž)

Kavárna a bistro U Zámku (Velké náměstí 41/42, Kroměříž)

Kavárna Caffè Corso (Masarykovo nám., Kroměříž)

Kavárna Centrál (Velké nám. 37, Kroměříž)

Kavárna No. 21 (Riegrovo nám. 130/71, Kroměříž)

Kavárna a restaurace Scéna (Tovačovského 2828, Kroměříž)

Kavárna na Sladovnách (Na Sladovnách 1576, Kroměříž)

Kavárna Slávia (Miličovo nám. 520, Kroměříž)

### **OSTATNÍ PODNIKY**

Krčma U Kalicha (Kollárova 1, Kroměříž)

Palačinkárna (Křižná 166, Kroměříž)

Steak Bar (Ztracená 65, Kroměříž)

#### ***4.2.2.1 Nabízené služby u vybrané konkurence***

Pro bližší analýzu a popis konkurence jsem vybral 3 kavárny a všechny z ostatních podniků.

#### **Café Classik**

Jedná se o malou, útulnou a nekuřáckou kavárničku v centru Kroměříže, zařízenou ve vesměs domácím style. Součástí kavárny je i letní zahrádka. Kavárna k jídlu a pití nabízí:

- velký výběr káv
- základní druhy pytlíkových čajů
- teplé a studené nealkoholické nápoje
- širokou škálu moučníků
- doplňkový sortiment

### **Kavárna Caffè Corso**

Kavárna Caffè Corso je moderní, 1 rok stará kavárna, stojící na výhodném místě v centru Kroměříže a poskytující Wifi připojení k internetu. Je rozdělena na kuřáckou a nekuřáckou část, obě části jsou ve stejném designu a provedení. Součástí kavárny je i letní zahrádka.

Zákazníci si mohou v tomto podniku objednat:

- bohatý výběr káv
- nadstandardní výběr pytlíkových čajů
- pivo a jiné alkoholické nápoje
- teplé a studené nealkoholické nápoje
- míchané nápoje
- široký výběr moučníků

### **Kavárna a restaurace Scéna**

Jedná se o velký, designově zajímavý a lákavý podnik, kloubící v sobě restauraci, kavárnu a bowling. Samostatná kavárna je kuřácká a je pokrytá Wifi připojením k internetu. Součástí je i letní zahrádka. Nabídka kavárny je následující:

- široký výběr káv
- chudý výběr čajů
- pivo a alkoholické nápoje
- teplé a studené nealkoholické nápoje
- exotická vína
- možnost objednat si teplé jídlo z restaurace

### **Krčma u Kalicha**

Krčma u Kalicha je nová, kuřácká restaurace vyvedená ve středověkém stylu v centru Kroměříže. V podniku probíhá pravidelné grilování selete a občas se zde uskutečňují tematické večery i s živou hudbou (country večer aj.). Podnik nabízí bohatý výběr masných jídel, a také běžné alkoholické a nealkoholické nápoje. Výběr káv a čajů je malý.

### **Palačinkárna**

Podnik Palačinkárna je jedním z nejoblíbenějších míst kroměřížské mládeže, kloubící v sobě restauraci se stylovou hospůdkou. Největší specialitou podniku situovaného v centru Kroměříže, jsou podomácku dělané palačinky, jichž je na výběr 5 desítek druhů. Kromě palačinek jsou v nabídce také domácí Sachr dorty, poháry, bramboráky a tousty. Nápojový lístek obsahuje běžné alkoholické a nealkoholické nápoje a také míchané nápoje. Prostory jsou kuřácké a obsahují i salonek se stolním fotbalem.

### **Steak Bar**

Jedná se o stylovou, kuřáckou hospůdku evokující svým vzhledem divoký západ a western. Specialitou podniku jsou grilované steaky, v nabídce jsou dále některá lehčí jídla a běžné alkoholické a nealkoholické nápoje. Součástí hospůdky je i jukebox a letní zahrádka.

#### **4.2.2.2 *Hodnocení konkurence***

Všechny mnou vybrané podniky hodnotím jako velice konkurence schopné. Žádný z nich nemá přemrštěné ceny, které jsou srovnatelné s ostatními podniky. Všechny mají výhodu v dobrém a lidmi frekventovaném umístění, leč v centru města jsou nájmy i 3x vyšší než v periferiích, takže to pro ně znamená vysoké fixní náklady. Největší výhodu vidím v osobitém kouzlu každého z nich. O žádném se nedá říci, že je obyčejný, běžný či tuctový, a to podle mne rozhoduje, jelikož bývají prázdné jen výjimečně. Co do poskytovaného sortimentu nabízejí vesměs to stejné, co konkurence, plus něco navíc.

### 4.2.3 Zákazníci

Zákazníci čajovny budou především obyvatelé Kroměříže a nejbližšího okolí. K 31. 12. 2008 bydlelo v Kroměříži 29 046 obyvatel. Jejich věkové složení je znázorněno v následující tabulce:

Tab. 2 Věkové složení obyvatel města Kroměříž [9]

Věk	Muži	Ženy	Obě pohlaví
<b>do 15 let</b>	1 935	1 770	3 705
<b>15 – 19 let</b>	873	830	1 703
<b>20 – 26 let</b>	1 453	1 342	2 795
<b>27 – 35 let</b>	2 135	2 149	4 284
<b>36 – 50 let</b>	2 839	2 990	5 829
<b>nad 50 let</b>	4 546	6 184	10 730
<b>Celkem</b>	<b>13 781</b>	<b>15 265</b>	<b>29 046</b>

Byl vytvořen a následně rozeslán dotazník, jenž měl za úkol zjistit ohlas na založení nové čajovny v Kroměříži. Závěry vyvozené z vyhodnocení dotazníku jsou spíše jen odhady, jelikož se týkají poměrně úzkého vzorku obyvatelstva a navíc velká část obyvatel Kroměříže odjíždí přes týden za školou či prací a naopak velké množství lidí za školou a prací do Kroměříže přijíždí. Přesto jsou výsledky brány v úvahu a s daty v nich obsažených se pracuje zejména ve finančním plánu. Celý dotazník i s výsledky je umístěn v příloze.

Nejdůležitější vyfiltrovaná data z dotazníku, která byla následně aplikována na obyvatele Kroměříže, jsou:

- počet zákazníků za měsíc – 1 537
- průměrná útrata jednoho zákazníka – 144 Kč
- rozložení objednávek – čaj 1 243, jídlo 744, vodný dýmka 556, káva 483, nečaj 475, víno 295, pivo 221

## 4.3 Popis podniku

### 4.3.1 Podnikatelský záměr a přehled nabízených služeb

Založený podnik bude fungovat primárně jako čajovna a kavárna, kde bude mít zákazník výběr z nepřeberného množství čajů, nečajů, exotických káv, jiných méně běžných nápojů či vodních dýmek a něčeho malého k jídlu. Sekundárně bude sloužit návštěvníkům i jako prodejna balených či sypaných čajů, káv, vodních dýmek, příslušenství k nim a zboží souvisejícího s danou tematikou.

Prostor čajovny bude rozdělen na dvě části. Zatímco v přední části u baru budou otevřená posezení, takže lidé budou na sebe vidět, tak v zadní části budou vytvořeny izolovanější posedy pro 2-4 lidi, kde budou mít dotyční více soukromí.

V prostorách podniku budou také podle možností probíhat různé společenské akce např. akustické koncerty, exotická taneční vystoupení, předčítání z knih, přednášky, výstavy uměleckých děl místních umělců aj. Zákazníci budou mít možnost si půjčit knihu či společenskou hru.

K dotvoření atmosféry bude v čajovně hrát etnická, orientální, relaxační, meditační a tzv. New age hudba.

Po prvním roce provozu bude v podniku nainstalována bezdrátová pokladna s objednávacími pultíky nainstalovanými k posezení, kvůli zvýšení atraktivity čajovny.

### Přehled nabízeného sortimentu

Nápojový lístek bude obsahovat následující položky:

- čaj – černý, zelený, zelený aromatizovaný, polozelený, ovocný, bylinkový
- káva – mocca café, jiné café
- nečaje – rooibos, maté
- jiné nápoje – nealkoholické studené nápoje, rozlévané víno, exotické pivo
- jídlo – tousty, kus-kus, pochutiny (oříšky atd.)
- vodní dýmky – malé, střední, extra

V obchodě, jenž bude součástí čajovny, bude možné koupit veškeré položky nabízené v nápojovém lístku v balené podobě a také doplňující sortiment jako vodní dýmky, čajové soupravy, dózy na čaj aj.

#### 4.3.2 Umístění a cílový trh

Podnik bude situován ve velmi výhodné oblasti v Kroměříži. Ulice Generála Svobody je od centra vzdálena 5 min pěší chůze a přitom se už jedná o poměrně klidné a tiché místo. V ulici jsou 2 hospody, či že lidé mají toto místo v podvědomí, že tu nějaké pohostinství již existuje. Na náměstí Míru, které je za rohem, stojí poliklinika, kde lidé často čekají na výsledky vyšetření nebo na své příbuzné a v budově je přitom jen bufet, který vypadá jak z doby za minulého režimu a v nejbližším okolí je jen cukrárna a kuřácké pivnice. Okolo čajovny se nachází 3 střední školy a 2 internátní budovy, kde je převážně ubytována mládež. Výše zmíněných 5 min chůzí je vzdálené i Miličovo náměstí, kde zastavuje většina meziměstských autobusů a mají tam zastávku i všechny linky městské hromadné dopravy.

Cílový trh budou tvořit především občasně města Kroměříže a okolních vesnic, dále studenti, kteří jsou přes týden v Kroměříži ubytováni a nakonec lidé dojíždějící do Kroměříže za prací, a také turisté, kterých má Kroměříž hlavně v období jara až podzimu dostatek.

#### 4.3.3 Cíle a strategie

Hlavním cílem je samozřejmě ziskovost zakládaného podniku. Ze začátku bude ovšem místo na maximalizaci zisku kladena pozornost na získávání zákazníků a budování určité komunity, která bude později největším zdrojem příjmů podniku. Jestliže se potencionálním zákazníkům vytvoří příjemné, až rodinné prostředí s různorodým doprovodným programem a cenami srovnatelnými s konkurencí, je vytvoření dané komunity velmi pravděpodobné.

Dalším cílem bude snaha o navázání komunikace, později i partnerství s okolními čajovnami sloužící k výměně zkušeností, receptů, nápadů, ale i náplně doprovodných programů, a také dostání čajovny Zapomněnkov do širšího povědomí lidí ze Zlínského kraje.

Cílem do budoucna bude stabilizace podniku a zvýšení zisku na takovou mez, aby z něj bylo možné pokrýt mzdové náklady případných zaměstnanců.

Posledním, ne nutně splnitelným cílem bude při dobré ekonomické situaci založení další čajovny v jiném městě.

#### 4.3.4 Otevírací doba

Tab. 3 Otevírací doba čajovny

<b>Pondělí</b>	13:00 – 22:00
<b>Úterý</b>	13:00 – 22:00
<b>Středa</b>	13:00 – 22:00
<b>Čtvrtek</b>	13:00 – 22:00
<b>Pátek</b>	11:00 – 24:00
<b>Sobota</b>	11:00 – 24:00
<b>Neděle</b>	14:00 – 21:00

#### 4.4 Obchodní plán

Podnikání je zaměřeno na poskytování občerstvení v konceptu čajovny a kavárny a doprovodný prodej zboží souvisejícího s danou tematikou. Občerstvení bude převážně ve formě teplých nápojů, které si zákazníci objednájí přímo u obsluhy, která jim je posléze donese. Po prvním roce provozu si budou moci hosté objednávat prostřednictvím bezdrátových dotekových pultíků.

Vybavení a dekorace podniku bude sestávat především z gaučů, sedaček, koberců, dřevěných židlí a stolečků, pódia a dřevěných a látkových doplňků.

Pro plynulý a bezproblémový chod podniku bude potřeba dostatečně vybavit malou kuchyňku, kde budou také umístěny zhruba 3 měsíční zásoby jak pro chod čajovny, tak i pro obchůdek. Zásoby budou brány minimálně od 4 dodavatelů.

#### **Dodavatelé**

##### **Mix - Tee**

Je firmou s více než dvacetiletou tradicí v podnikání s čaji a kávou. Nabízí s drobnou marží čaje od jiných českých firem (např. i od Oxalisu), čaje a kávy od zahraničních firem, a také přímo dováží čaj z ciziny (Srí Lanka aj.).

Od Mix – Tee budeme odebírat sypané čaje a kávu.



### **Pivní archiv**

Pivní archiv je firma sídlící na Vysočině, která se zabývá archivováním a distribucí cizokrajních, méně obvyklých piv. I přes svůj rodinný výzor a dojem malosti nabízí širokou škálu druhů, nejen chmelových, moků. Při stálé spolupráci je schopna vybavit odběratele i doplňkovým sortimentem zdarma.

Většina piv bude brána právě od tohoto dodavatele.

### **Svět dýmek**

Jedna z mála společností obchodující s vodními dýmkami a jejich příslušenstvím za velkoobchodní ceny v České republice. Nabízí široký výběr zboží, náhradní díly a veškerý doplňkový sortiment.

Tento dodavatel nás bude zásobovat zbožím v oblasti vodních dýmek.

### **Oxalis**

Největší česká společnost zabývající se prodejem sypaných čajů, plantážních káv a čajového a kávového příslušenství. Na trhu působí již skoro 20 let a za tuto dobu se stala hlavním dodavatelem většiny maloobchodních prodejen s čaji, kávou a jejich příslušenstvím. Na trh uvádí i vlastní receptury a v poslední době úspěšně expanduje do zahraničí, jmenovitě Ukrajinu, Finsko, Itálii a Kanárské Ostrovy.

Oxalis bude pro svou širokou škálu sortimentu naším největším dodavatelem. Budeme od něj brát čaje, nečaje, kávy a také čajové a kávové příslušenství.

## **4.5 Marketingový plán**

### **4.5.1 Distribuce**

Služby podniku budou distribuovány jen v prostorách čajovny a kavárny. Nepočítá se s internetovým obchodem, či rozvozem zboží po okolí.

#### 4.5.2 Cena

Při tvorbě ceníku byla brána v potaz následující kritéria:

- konkurenceschopnost cen
- přístupnost cen zákazníkům
- dostatečné pokrytí nákladů a tvorba zisku

Tab. 4 Ceník čajovny

Sortiment	Cena v Kč	Sortiment	Cena v Kč
Černé čaje - konev	40 - 55,-	Bylinkové směsice - konev	40 – 55,-
		- hrníček	20 - 27,-
Polozelené čaje - konev	50,-	Mocca café - hrníček	25 - 30,-
Zelené čaje - konev	40 - 120,-	Jiné café - hrníček	15 - 30,-
Černé čaje plné chuti - konev	40 - 50,-	Studené nápoje	15 - 20,-
Zelené čaje plné vůní - konev	45 - 70,-	Pivo	40 - 60,-
Nečaje - konev nebo hrnek	40 - 45,-	Rozlévaná vína - 1dc	30,-
		- 2dc	20 - 35,-
Ovocné čaje - konev	45,-	Pochutiny	20 - 35,-
- hrníček	23,-		
Speciality sladké - konev	55 - 75,-	Kus - kus	45,-
Speciality čajové - konev	50 - 70,-	Toustíky	35,-
Bylinkové lektvary - konev	40 – 45,-	Dýmky - malá	80,-
Bylinkové lektvary - hrníček	20 - 23,-	Dýmky - velká	95,-
		- extra	120,-

#### 4.5.3 Propagace

Propagace podniku začne ještě před jeho otevřením, a to formou svépomocí vytištěných reklamních letáčků. Tyto letáčky budou rozneseny do míst s vysokou frekvencí pohybu lidí,

tedy do škol, úřadů, pošt, obchodních center a supermarketů, velkých firem aj. Budou také rozneseny do míst souvisejících s tematikou čajovny, jako jsou prodejny sypaného čaje, obchodu se zdravou výživou, vegetariánskou restaurací apod. Na městem vytyčených místech budou vylepeny reklamní plakáty, menší plakátky budou umístěny i do autobusů MHD města Kroměříž.

Dalším způsobem dostání podniku do povědomí obyvatel a přilákání zákazníků bude formou reklamy v místním tisku, což je Týdeník Kroměřížska, Infonoviny a Deník Kroměřížska.

Podnik se bude prezentovat také na internetu skrz vlastní webové stránky, kde budou podrobnější informace o podniku, také vlastní stránkou na facebooku, jenž by mohl být tím pravým místem pro zrod tolik důležité komunity a bude také zapsán do online katalogů firem.

Po otevření podniku se krátkodobě zachovají všechny formy propagace a poté se přejde na informování zákazníků skrz internetovou síť, podporované občasnou plakátovou reklamou a reklamou v místním tisku.

Informace o akcích v čajovně (koncerty, přednášky) budou propagovány na internetu a reklamních plakátech.

O cenových akcích (např. ovocný týden, všechny ovocné čaje zlevněné o 20 %) budou zákazníci informováni na internetu.

### **Ocenění jednotlivých forem reklamy**

Nejlevnější variantou propagace budou svépomoci navržené a tištěné reklamní letáky, kdy bude leták vycházet na několik haléřů.

Velmi levně vychází i výlepová služba města Kroměříže. Za 1 plakát formátu A4 vylepený po dobu 15 – 28 dní si Informační středisko Kroměříž účtuje 29,- Kč, s tím, že v Kroměříži a blízkém okolí je 20 výlepových míst. Kroměřížské technické služby, jež jsou provozovatelem MHD Kroměříž, si účtují za 1 plakát formátu A4 5 Kč za den. Všechny plakáty budou navrženy a vytištěny ve vlastní režii při nákladech několika haléřů na 1 ks.

Dražší, i když nijak drasticky, variantou propagace se jeví inzerce v místním tisku. V Týdeníku Kroměřížska vychází 1 inzerát v námi navržené podobě na 300 Kč, přičemž Týdeník vychází 1x týdně a po pěti inzercích poskytují 5 % slevu. Infonoviny si své inzertní místo

cení více, a tak velikostně dostačující inzerát vychází okolo 1 700 Kč. Výhodou u Infonovin je skutečnost, že vychází zadarmo 1x měsíčně ve velkém nákladu a dostanou se tak zaručeně do více než poloviny všech domácností v kroměřížském okrese. Nejsložitější a zároveň nejdražší je inzerce v Deníku Kroměřížska. Při černobílém provedení stojí navržený inzerát 258 Kč ve všední den a sobotu kromě pátku, v pátek pak 413 Kč. Deník vychází denně kromě neděle.

Zřízení vlastních webových stránek vychází na 12 000 Kč. Další 1 000 Kč stojí roční hosting webu a na 2 000 Kč přichází zakázka marketingové firmě na reklamu pro webové stránky. Při zapsání čajovny do online katalogů firem bude volena, i přes ořezané možnosti, bezplatná forma a bude uváděn odkaz na webové stránky, kde si budou moci návštěvníci dohledat podrobnější informace. Propagace skrz Facebook je zdarma.

Všechny ceny jsou uvedeny včetně DPH.

## **4.6 Organizační plán**

### **4.6.1 Právní forma podnikání**

Jako právní forma podnikání je vybrána společnost s ručením omezeným. S. r. o. je vybrána hlavně kvůli ručení, kdy společníci neručí celým svým majetkem a také kvůli nenutnosti vysokého počátečního kapitálu. Výhoda je i v budoucím možném navyšování kapitálu.

### **4.6.2 Organizační struktura**

Jednateli se stanou oba společníci společnosti. Každý z nich bude oprávněn jednat jménem společnosti, všechny písemnosti budou ovšem muset být podepsány oběma společníky.

Pro první rok podnikání podnik neplánuje žádné zaměstnance.

Účetní evidenci povede rodinný příslušník jednoho ze společníků.

### **4.6.3 Odměňování**

Odměňování nebude formou mzdy, ale bude se jednat o podíly ze zisku. Jelikož oba společníci vložili do podniku stejnou částku i podíly na zisku budou stejné. Do odměn se rozdělí jen taková část zisku, aby mohl podnik dále bez problémů fungovat.

## 4.7 Hodnocení rizik

### Rizika

#### Malý zájem o daný typ pohostinství

Je možné, že se v Kroměříži a blízkém okolí nevytvoří potřebná komunita lidí, pro kterou by byla čajovna oblíbeným podnikem a kterou by upřednostňovali před ostatními kavárnami a hospůdkami. V tomto případě by příjmy podniku byly dosti nahodilé, jelikož by neexistovala početnější skupina zákazníků, která by čajovnu pravidelně navštěvovala.

#### Řešení

Vzniklá situace by se dala řešit přeorientováním na jiný typ pohostinství. Nemusel by to být radikální krok např. z čajovny na pivnici, ale bylo by možné odprodat část zásob a přistoupit na výhodnou smlouvu s některým z pivovarů a začít točit pivo. V letních měsících by se otevřela malá letní zahrádka. Tímto řešením by se podnik otevřel a zpřístupnil širšímu spektru zákazníků.

#### Velká konkurence

I přes vytvoření komunity není ještě záruka, že bude podnik ziskový nebo spíše ziskový, aby dokázal uživit 2 osoby. Je potřeba, aby dokázal přilákat i sváteční a méně časté návštěvníky, jako jsou třeba turisté, kterých jezdí do Kroměříže velké množství anebo lidé, kteří si chodí posedět jen jednou za čas. Díky velké konkurenci, která v Kroměříži existuje, se může jednat o náročný úkol.

#### Řešení

Jednou z možností, jak přilákat výše popsané zákazníky je propagace novými formami reklamy. Konkrétně billboardovými reklamami na dvou hlavních vjezdech do města a reklamou v hojně poslouchaném regionálním rádiu (např. Rádio Zlín).

Levnější variantou propagace, vhodné v této situaci jsou placené služby v online katalozích firem, kdy za příplatek je podnik propagován jak v konkrétním katalogu, tak i na partnerských webech a také propagace skrz informační katalog města Kroměříže.

Pro nahodilé návštěvníky by mohlo být lákadlem i rozšíření našich služeb. V létě o malou zahrádku a točenou zmrzlinu, v zimě o grog či čaj s rumem.

## Velké pracovní zatížení

I když není čajovna s kavárnou a malým obchůdkem velký podnik, může být pracovní zatížení pro 2 osoby dosti vysoké. Kvůli snížení nákladů na minimum se při budování podniku budou veškeré možné práce dělat ve vlastní režii. Po otevření podniku budou oba společníci plnit veškeré funkce managementu a také se starat o samotný provoz čajovny a obsluhu zákazníků. Po delší době je možnost celkové vyčerpanosti a z toho vedoucí podrážděnosti vůči zákazníkům, či omylů a chyb při důležitých rozhodnutích.

## Řešení

Při příznivé finanční situaci zaměstnávat brigádníky na dohody o pracovní činnosti, kteří by vypomáhali s obsluhou zákazníků. Byla by také možnost zkrátit otevírací dobu o hodiny s nejmenší návštěvností.

## 4.8 Finanční plán

### 4.8.1 Počáteční rozvaha

Základní kapitál se bude skládat z peněžitých vkladů společníků dle výše uvedené tabulky.

Tab. 5 Počáteční rozvaha

Aktiva		Pasiva	
<b>Dlouhodobý majetek</b>	0,-	<b>Vlastní kapitál</b>	300 000,-
		Základní kapitál	300 000,-
<b>Oběžný majetek</b>	300 000,-	<b>Cizí zdroje</b>	0,-
Běžný účet	280 000,-		
Pokladna	20 000,-		
<b>Aktiva celkem</b>	<b>300 000,-</b>	<b>Pasiva celkem</b>	<b>300 000,-</b>

### 4.8.2 Plán nákladů

V následujícím plánu jsou uvedeny všechny náklady činností a věcí nutných k chodu podniku. Při výpočtu nákladů na zboží do čajovny se vycházelo z výsledků dotazníku a byl brán

v potaz maximální počet objednávek. Jsou tam také započítány náklady na čajové soupravy, vodní dýmky atd. v takovém množství, aby stačily na pokrytí daného počtu objednávek. V nákladech obchodu je kalkulováno s nákupem každého pátého zákazníka čajovny (čaj, káva atd.), s občasnými nákupy příslušenství (čajové soupravy, vodní dýmky aj.) a jsou zde také započítány náklady čajovny na tabák a uhlíky používané při vodní dýmce.

Náklady na zařízení v prvním kvartálu obsahují nákup nábytku, elektrospotřebičů a dalšího drobného vybavení čajovny. Ve čtvrtém kvartálu se jedná o nákup bezdrátového pokladního systému s objednávacími stanicemi. S tímto nákupem souvisí i navýšení nákladů za zboží v roce 2013 o 20 % kvůli předpokládanému nárůstu počtu zákazníků, a také navýšení nákladů za zboží v roce 2014 o 5 % oproti roku předešlému.

Náklady na marketing v sobě mísí každý kvartál jiný druh reklamy, jež je popsána výše.

Tab. 6 Plán nákladů

Náklady	2012				2012	2013	2014
	Q1	Q2	Q3	Q4			
Nájem	30 000	30 000	30 000	30 000	120 000	120 000	120 000
Energie	30 000	30 000	30 000	30 000	120 000	120 000	120 000
Marketing	34 603	8 220	5 635	6 692	55 150	30 211	30 211
Zařízení	50 150	0	0	111 900	162 050	8 282	8 282
Zboží – o.	56 929	56 929	56 929	56 929	227 716	273 259	286 922
Zboží – č.	94 140	94 140	94 140	94 140	376 560	451 872	474 466
<b>Celkem</b>	<b>295 822</b>	<b>219 289</b>	<b>216 704</b>	<b>329 661</b>	<b>1 061 476</b>	<b>1 003 624</b>	<b>1 039 881</b>

### 4.8.3 Variantní analýza

Stanovení zisku se nejvíce odvíjí od počtu zákazníků, respektive počtu objednávek. Kvůli objektivitě a mnohostrannosti podnikatelského plánu jsou vypracovány 3 varianty, a to pesimistická, realistická a optimistická. Ve všech variantách se vychází ze závěrů zjištěných dotazníkem. U optimistické varianty se počítá, že si zákazníci objednájí úplně vše, co v dotazníku zaškrtnli, vychází to tedy na cca 2,5 objednávky na jednu osobu. V realistické variantě je toto číslo sníženo na 60 %, 1,5 objednávky na osobu. V pesimistické variantě se pak počítá s 0,75 objednávkou na osobu, tedy 30 % z původních hodnot uvedených v dotazníku.

Procentní snížení u jednotlivých variant se týká i obchodu.

V roce 2013 dochází k navýšení tržeb o 20 % z důvodu instalace bezdrátového objednávacího systému, který jak vyplývá z dotazníku, zvýší zájem zákazníků. V roce 2014 pokračuje navýšení o dalších 5 % oproti roku 2013.

#### 4.8.3.1 Pesimistická varianta

Tab. 7 Cash flow – pesimistická varianta

Cash flow	2012				2012	2013	2014
	Q1	Q2	Q3	Q4			
Příjmy – o.	38 880	38 880	38 880	38 880	155 520	186 624	195 955
Příjmy – č.	198 273	198 273	198 273	198 273	793 092	951 710	999 296
∑ Příjmy	237 153	237 153	237 153	237 153	948 612	1 138 334	1 195 251
∑ Výdaje	295 822	219 289	216 704	329 661	1 061 476	1 003 624	1 039 881
Hotov. tok	<b>-58 669</b>	<b>17 864</b>	<b>20 449</b>	<b>-92 508</b>	<b>-112 864</b>	<b>134 710</b>	<b>155 370</b>
Počáteční stav hotov.	300 000	241 331	259 195	279 644	300 000	187 136	296 521
Konečný stav hotov.	<b>241 331</b>	<b>259 195</b>	<b>279 644</b>	<b>187 136</b>	<b>187 163</b>	<b>296 251</b>	<b>422 101</b>

Tab. 8 Výkaz zisků a ztrát – pesimistická varianta

Výkaz zisků a ztrát	2012	2013	2014
Celkové výnosy	948 612	1 138 334	1 195 251
Celkové náklady	1 061 476	1 003 624	1 039 881
Hospodářský výsledek	<b>-112 864</b>	<b>134 710</b>	<b>155 370</b>
Daň z příjmů	x	25 595	29 520
Hops. výsledek po zdanění	<b>-112 864</b>	<b>109 115</b>	<b>125 850</b>



4.8.3.2 *Realistická varianta*

Tab. 9 Cash flow – realistická varianta

Cash flow	2012				2012	2013	2014
	Q1	Q2	Q3	Q4			
Příjmy – o.	77 760	77 760	77 760	77 760	311 040	373 248	391 910
Příjmy – č.	396 546	396 546	396 546	396 546	1 586 184	1 903 421	1 998 592
∑ Příjmy	474 306	474 306	474 306	474 306	1 897 224	2 276 669	2 390 502
∑ Výdaje	295 822	219 289	216 704	329 661	1 061 476	1 003 624	1 039 881
Hotov. tok	<b>178 484</b>	<b>255 017</b>	<b>257 602</b>	<b>144 645</b>	<b>835 748</b>	<b>1 273 045</b>	<b>1 350 621</b>
Počáteční stav hotov.	300 000	478 484	733 501	991 103	300 000	976 956	2 008 122
Konečný stav hotov.	<b>478 484</b>	<b>733 501</b>	<b>991 103</b>	<b>1 135 748</b>	<b>976 956</b>	<b>2 008 122</b>	<b>3 102 125</b>

Tab. 10 Výkaz zisků a ztrát – realistická varianta

Výkaz zisků a ztrát	2012	2013	2014
Celkové výnosy	1 897 224	2 276 669	2 390 502
Celkové náklady	1 061 476	1 003 624	1 039 881
Hospodářský výsledek	<b>835 748</b>	<b>1 273 045</b>	<b>1 350 621</b>
Daň z příjmů	158 792	241 879	256 618
Hops. výsledek po zdanění	<b>676 956</b>	<b>1 031 166</b>	<b>1 094 003</b>

4.8.3.3 *Optimistická varianta*

Tab. 11 Cash flow – optimistická varianta

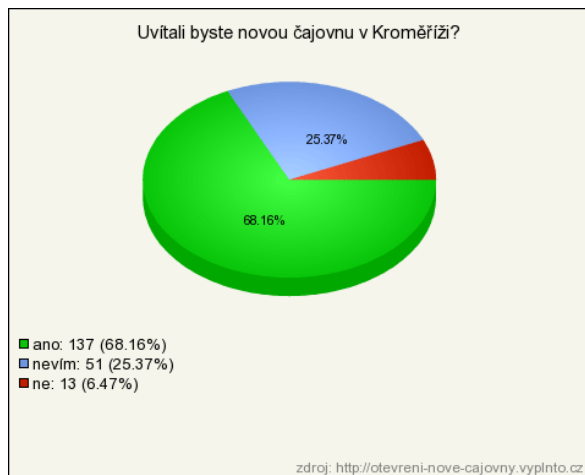
Cash flow	2012				2012	2013	2014
	Q1	Q2	Q3	Q4			
Příjmy – o.	129 600	129 600	129 600	129 600	518 400	622 080	653 184
Příjmy – č.	662 601	662 601	662 601	662 601	2 650 404	3 180 485	3 339 509
∑ Příjmy	792 201	792 201	792 201	792 201	3 168 804	3 802 565	3 992 693
∑ Výdaje	295 822	219 289	216 704	329 661	1 061 476	1 003 624	1 039 881
Hotov. tok	<b>496 379</b>	<b>572 912</b>	<b>575 497</b>	<b>462 540</b>	<b>2 107 328</b>	<b>2 798 941</b>	<b>2 952 812</b>
Počáteční stav hotov.	300 000	796 379	1 369 291	1 944 788	300 000	2 006 936	4 274 078
Konečný stav hotov.	<b>796 379</b>	<b>1 369 291</b>	<b>1 944 788</b>	<b>2 407 328</b>	<b>2 006 936</b>	<b>4 274 078</b>	<b>6 665 856</b>

Tab. 12 Výkaz zisků a ztrát – optimistická varianta

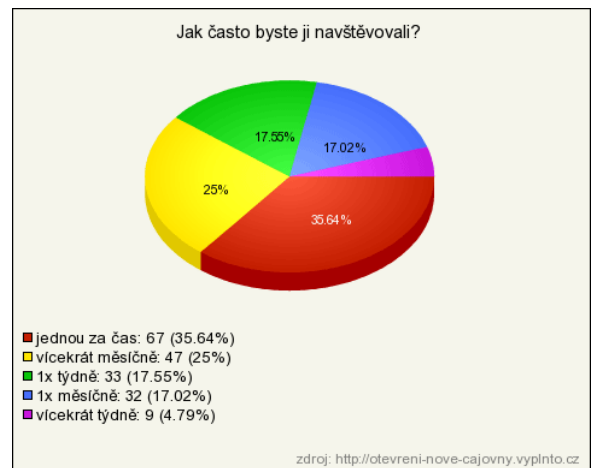
Výkaz zisků a ztrát	2012	2013	2014
Celkové výnosy	3 168 804	3 802 565	3 992 693
Celkové náklady	1 061 476	1 003 624	1 039 881
Hospodářský výsledek	<b>2 107 328</b>	<b>2 798 941</b>	<b>2 952 812</b>
Daň z příjmů	400 392	531 799	561 034
Hops. výsledek po zdanění	<b>1 706 936</b>	<b>2 267 142</b>	<b>2 391 778</b>

### 4.9 Přílohy

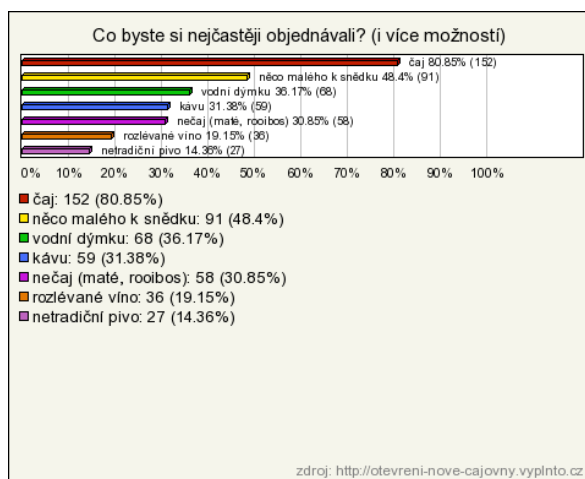
V příložených obrázcích jsou graficky vyhodnocené odpovědi na otázky v dotazníku



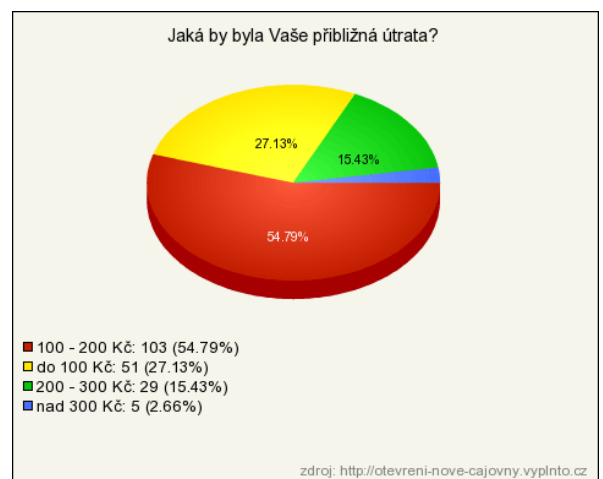
Obr. 3 Rozložení odpovědí na otázku č.1



Obr. 4 Rozložení odpovědí na otázku č.2



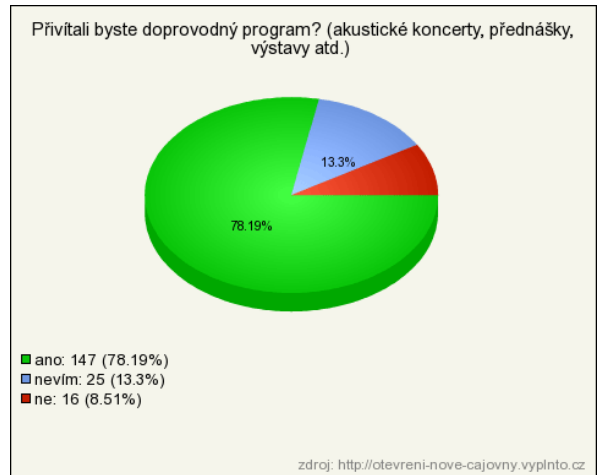
Obr. 5 Rozložení odpovědí na otázku č.3



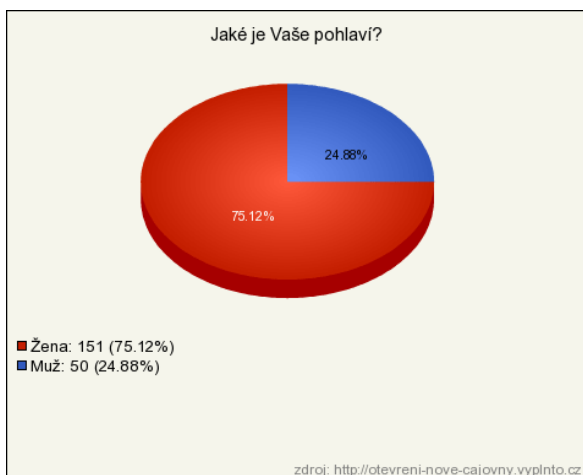
Obr. 6 Rozložení odpovědí na otázku č.4



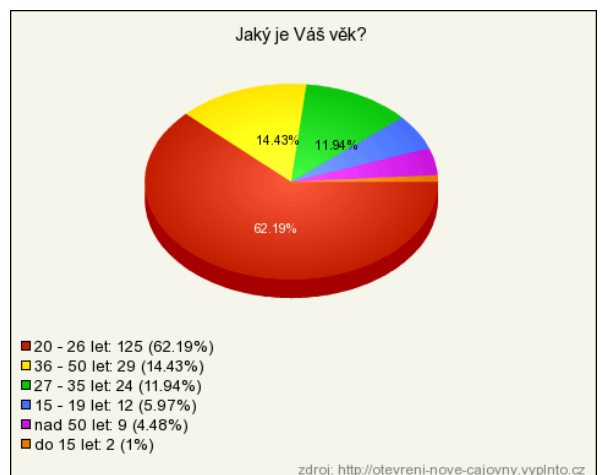
Obr. 7 Rozložení odpovědí na otázku č.5



Obr. 8 Rozložení odpovědí na otázku č.6



Obr. 9 Rozložení odpovědí na otázku č.7



Obr. 10 Rozložení odpovědí na otázku č.8

## ZÁVĚR

Cílem mé bakalářské práce bylo napsat co nejuvěrohodnější a tím pádem i nejpoužitelnější podnikatelský plán. K tomuto účelu byl vybrán drobný podnik, čajovna a kavárna s obchůdkem.

V teoretické části jsem se snažil obsáhnout vše, co začínajícího podnikatele připraví k sepsání kompletního podnikatelského plánu, ponejvíce samotné struktury plánu a poté rozboru všech možných forem podnikání. V části praktické jsem pak po vybrání právní formy naplňoval jeden bod po druhém dle struktury uvedené v teoretické části.

Jak jsem již uvedl, pokoušel jsem se o co největší realističnost a snažil jsem se vycházet z podmínek, které v Kroměříži a okolí panují. Nalezl jsem v nabídce realitních kanceláří skutečný, vhodný prostor k pronájmu za nízký nájem, zjistil si přesné ocenění i s DPH všech forem reklamy, informoval se u dodavatelů o způsobu stanovování velkoobchodních cen, provedl co nejpřesnější průzkum zájmu obyvatel Kroměříže o nový typ pohostinství ve městě a také třeba zjišťoval, kolik vodních dýmek se dá připravit z 50g tabáku, abych věděl, jaký počet je třeba objednat a zahrnout v nákladech.

I přes tuto snahu ovšem ve své práci často pracuji jen s odhady a statistikami, z čehož jsem byl jednu chvíli zklamaný. Například zjištění přesných velkoobchodních cen bylo nereálné, a tak mi nezbývalo nic jiného, než pracovat s odhady. U dotazníku je zase zavádějící rozdělení věkových skupin, kdy je nejvíce zastoupena skupina 20 – 26 let, což je dáno tím, že já sám se v této věkové skupině nacházím a mám v ní nejvíce přátel a známých, které jsem o vyplnění dotazníku poprosil. Takovýchto případů se dá v práci nalézt více.

V konečném důsledku je výsledek takový, že v práci se nachází poklady přesné a podklady méně přesné. Pokud by se daný podnikatelský plán bral jako plně seriózní, založený na pravdivých faktech, jedná se podle mne o návratný podnikatelský záměr, jenž může zároveň potěšit mnoho lidí, jelikož se v Kroměříži nic podobného nenachází. Za okolností, že pár částí plánu jsou jen odhady, je riziko větší a je možné, že by podnikatel byl nucen své podnikání ukončit.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### Monografie:

- [1] FOTR, Jiří; SOUČEK, Ivan. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada publishing, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- [2] KORÁB, Vojtěch; PETERKA, Jiří; REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [3] SRPOVÁ, Jitka, et al. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 242s. ISBN 978-80-245-1263-1.
- [4] SRPOVÁ, Jitka; ŘEHOŘ, Václav a kolektiv. *Základy podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada publishing, 2010. 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- [5] VESELÝ, Ivo. *Založení firmy – podnikatelský plán. Vzdělávací program vytvořený v rámci projektu: “Vrbno pod Pradědem – Dveře k dalšímu vzdělávání”*.
- [6] WUPPERFELD, Udo. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003. 159 s. ISBN 80-7261-075-9.

### Legislativní dokument:

- [7] Česká republika. Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník. In *ÚZ Občanský zákoník a související předpisy*. 2010, 802, s. 304. ISSN 27776981.
- [8] Česká republika. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník. In *ÚZ Obchodní zákoník se změnami k 1. 7. 2008*. 2008, 672, s. 351. ISSN 27776981.

### Internetové zdroje:

- [9] [Http://www.czso.cz](http://www.czso.cz) [online]. 2010 [cit. 2011-04-20]. Věkové složení obyvatelstva podle pohlaví, jednotek věku a pětiletých věkových skupin v okresním městě Kroměříži k 31. 12. 2008. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/xz/edicniplan.nsf/t/E1002C679C/\\$File/w7240210903.pdf](http://www.czso.cz/xz/edicniplan.nsf/t/E1002C679C/$File/w7240210903.pdf)>.

- [10] *Http://www.prokopr.cz* [online]. 2010 [cit. 2011-04-20]. Portál rozvoje podnikání Kopřivnicka. Dostupné z WWW: <<http://www.prokopr.cz/pruvodce-podnikanim/pruvodci-podnikanim/pruvodce-podnikatelskym-planem/>>.

## SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

č. čajovna

o. obchod



**SEZNAM OBRÁZKŮ**

<i>Obr. 1 Schéma plánovacího proces [2]</i> .....	20
<i>Obr. 2 Logo podniku</i> .....	31
<i>Obr. 3 Rozložení odpovědi na otázku č.1</i> .....	51
<i>Obr. 4 Rozložení odpovědi na otázku č.2</i> .....	51
<i>Obr. 5 Rozložení odpovědi na otázku č.3</i> .....	51
<i>Obr. 6 Rozložení odpovědi na otázku č.4</i> .....	51
<i>Obr. 7 Rozložení odpovědi na otázku č.5</i> .....	52
<i>Obr. 8 Rozložení odpovědi na otázku č.6</i> .....	52
<i>Obr. 9 Rozložení odpovědi na otázku č.7</i> .....	52
<i>Obr. 10 Rozložení odpovědi na otázku č.8</i> .....	52
<i>Obr. 11 Ukázka nápojového lístku</i> .....	60

**SEZNAM TABULEK**

Tab. 1 Výše vkladů a podíly společníků .....	32
Tab. 2 Věkové složení obyvatel města Kroměříž [9].....	37
Tab. 3 Otevírací doba čajovny.....	40
Tab. 4 Ceník čajovny .....	42
Tab. 5 Počáteční rozvaha .....	46
Tab. 6 Plán nákladů .....	47
Tab. 7 Cash flow – pesimistická varianta.....	48
Tab. 8 Výkaz zisků a ztrát – pesimistická varianta.....	48
Tab. 9 Cash flow – realistická varianta .....	49
Tab. 10 Výkaz zisků a ztrát – realistická varianta .....	49
Tab. 11 Cash flow – optimistická varianta.....	50
Tab. 12 Výkaz zisků a ztrát – optimistická varianta.....	50

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Nápojový lístek na webových stránkách

## PŘÍLOHA P I: NÁPOJOVÝ LÍSTEK NA WEBOVÝCH STRÁNKÁCH

**Té & Café**  
**Zapomněnkov**

Domů  
O nás  
**Čaj & káva**  
černé  
zelené  
ochucené  
**ovocné**  
nečaje  
speciality  
káfé  
Kontakt

**Nostalgico**  
Příjemně ovocné aroma připomíná džbánek čerstvé malinové šťávy. Přidejte vůni utržené jahody a plnost černé zralé ostružiny. Kolena máte opravdu odřená a prázdniny jsou teprve v půlce...

45,- 23,-

**Vůně závinu**  
Nedělní odpoledne a trouba peče. Vůně jablek, skořice a oříšků se šíří domovem. Tato jedinečná kombinace, doplněná kousky mandlí a ibišku, osvěží důvěrně známé pocity.

45,- 23,-

**Perla Polynésie**  
Aneb Bora Bora. Čaj, který dělá čest svému vulkanickému ostrovnímu jmenovci. Pečlivý výběr exotických i domácích ovocných bobulek výborně doplňují barevné okvětní plátky slunečnice a chrpy. Květy ibišku korunují mimořádné zdarilé dílko.

45,- 23,-

**Babiččina zahrádka**  
Oblíbený čaj vábivých barev a lákavých chutí. Taký jste chodili babičce krást čerstvé zavařeniny? Už nemusíte!

45,- 23,-

Obr. 11 Ukázka nápojového lístku