

Podnikatelský plán na založení nového podniku

Vít Buriánek

Bakalářská práce
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení
Ústav logistiky
akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Vít BURIÁNEK**
Osobní číslo: **L10232**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Logistika a management**
Forma studia: **kombinovaná**

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

Zásady pro vypracování:

1. Teoretické pojednání k problematice 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 a 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 a PETERKA, Jiří. Podnikatelský plán. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

[3] SRPOVÁ, Jitka, SVOBODOVÁ, Ivana, SKOPAL, Pavel a ORLÍK, Tomáš. Podnikatelský plán a strategie. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. 200 s. ISBN 978-80-247-3308-1.

Další odborná literatura dle doporučení vedoucího bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. et Ing. Jiří Konečný, Ph.D.

Ústav krizového řízení

Datum zadání bakalářské práce:

25. února 2013

Termín odevzdání bakalářské práce:

10. května 2013

V Uherském Hradišti dne 25. února 2013


prof. PhDr. Ivo Barteček, CSc.
děkan




RNDr. Ing. Lenka Cimbáliková, Ph.D., MBA
ředitel ústavu


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 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 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, považují 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 15.12.2012


.....
podpis studenta/ky

ABSTRAKT

Cílem uvedené bakalářské práce „Podnikatelský plán na založení nového podniku“ je zpracování reálného podnikatelského plánu na založení konkrétního podniku v České republice v odpovídajícím rozsahu a struktuře. Teoretická část je zaměřena na popis právních forem a na základní informace o podnikatelském plánu, jeho strukturu a obsah. V praktické části je zpracován konkrétní podnikatelský plán na založení restaurace McDonald's.

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

ABSTRACT

The aim of the thesis "The business plan for the establishment of a new company" is to develop a real business plan for the establishment of a particular company in the Czech Republic in an appropriate scope and structure. The theoretical part is focused on the description of legal forms and basic information about the business plan, its structure and content. A specific business plan for the establishment of a McDonald's restaurant is developed in the practical part.

Keywords: business, business plan, establishment of a business, financial plan

Poděkování

Rád bych zde poděkoval vedoucímu bakalářské práce Ing. et Ing. Jiřímu Konečnému, PhD. za cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěl k vypracování této bakalářské práce. Dále chci poděkovat mé rodině, přátelům a kolegům, za podporu při studiu.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 PODNIKÁNÍ	11
1.1 ZÁKLADNÍ POJMY	11
1.1.1 Podnikání	11
1.1.2 Podnikatel.....	12
1.1.3 Podnik	12
1.2 PRÁVNÍ FORMA PODNIKÁNÍ.....	13
1.2.1 Obchodní společnosti a družstvo.....	13
1.2.2 Živnost	15
2 FRANCHISING	16
2.1 VÝKLAD POJMŮ.....	16
2.2 VÝHODY PRO FRANCHISANTA A FRANCHISORA.....	17
2.3 NEVÝHODY PRO FRANCHISANTA A FRANCHISORA.....	18
3 PODNIKATELSKÝ PLÁN	19
3.1 ÚČEL PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	19
3.2 ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	20
3.3 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	21
3.3.1 Titulní strana	21
3.3.2 Shrnutí.....	22
3.3.3 Popis podniku	22
3.3.4 Výrobní plán.....	23
3.3.5 Organizační plán.....	23
3.3.6 Analýza trhu	24
3.3.7 Marketingový plán.....	24
3.3.8 Hodnocení rizik	25
3.3.9 Finanční plán	25
3.3.10 Přílohy.....	26
II PRAKTICKÁ ČÁST	27
4 PODNIKATELSKÝ PLÁN	28
4.1 TITULNÍ STRANA	28
4.2 OBSAH.....	29
4.3 SHRNUTÍ	30
4.4 POPIS VÝROBKU	31
4.5 VÝROBNÍ PLÁN.....	33
4.5.1 Výrobní strategie	33
4.5.2 Výrobní metody.....	33
4.5.3 Stroje a zařízení	33
4.5.4 Materiální zabezpečení	34
4.6 ORGANIZAČNÍ PLÁN	35
4.6.1 Vedení podniku	35
4.6.2 Organizační struktura zaměstnanců.....	36
4.6.3 Odměňování a pracovní doba zaměstnanců.....	38

4.6.4	Majetkoprávní vztahy	40
4.7	ANALÝZA TRHU	41
4.7.1	Trh	41
4.7.2	Konkurence	42
4.7.2.1	Konkurence v okolí restaurace.....	42
4.7.2.2	Konkurence v České republice.....	42
4.7.3	Analýza potenciálních zákazníků	44
4.8	MARKETINGOVÝ PLÁN	45
4.9	HODNOCENÍ RIZIK	46
4.10	FINANČNÍ PLÁN	48
4.10.1	Zahajovací rozvaha a způsob financování	48
4.10.2	Plán nákladů pro rok 2013	49
4.10.3	Plán tržeb pro rok 2013.....	53
4.10.4	Plánovaný výkaz zisků a ztrát v roce 2013	54
4.10.5	Plán tržeb v následujících letech	54
4.10.6	Plán nákladů v dalších letech	56
4.10.7	Plánovaný výkaz zisků a ztrát v následujících letech.....	57
4.10.8	Cash flow	59
	ZÁVĚR	62
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	63
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	65
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	66
	SEZNAM TABULEK	67
	SEZNAM PŘÍLOH	68

ÚVOD

Pro výběr tématu bakalářské práce jsem se snažil zaměřit na to, co by mě zajímalo a co bych případně mohl opravdu realizovat v životě. Chtěl jsem, aby má práce nebyla pouze nutností potřebnou pro ukončení studia, ale aby mi přinesla užitečné rady, znalosti a cenné poznatky, které budu jednou moci uplatnit v reálném životě. Proto mne ihned zaujalo téma „Podnikatelský plán na založení nového podniku“.

Cílem této bakalářské práce je vytvoření podnikatelského plánu na založení nového podniku v České republice a celkové zhodnocení podnikatelského záměru spolu s následným zjištěním, zda realizace zakládaného podniku bude mít šanci na udržení se na trhu či ne. Je možné, že se někdy v životě rozhodnu podnikat a založím si vlastní podnik, proto jsem přesvědčen, že jsem si skutečně vybral správně. K zaručení úspěšného podnikání je kvalitně zpracovaný podnikatelský plán. Nejprve si vytvářím myšlenku, s čím bych se mohl úspěšně prosadit na trhu. V mém případě se bude jednat o sepsání podnikatelského plánu na založení pobočky restaurace McDonald's, která bude nabízet nejrůznější nápoje a sendviče v nově zařízené restauraci.

Teoretickou část jsem zpracoval pomocí dostupných zdrojů, jako jsou knihy, zákony, internet a česká legislativa. První kapitola se zabývá vysvětlením základních pojmů, jako jsou podnik, podnikatel, podnikání. Dále je rozepsán podrobný popis jednotlivých právních forem podnikání. V další části jsou vysvětleny některé pojmy potřebné pro podnikání formou franchisingu, jeho výhody a nevýhody. Hlavní a nejdůležitější pasáží teoretické části je struktura podnikatelského plánu.

V praktické části bakalářské práce jsem realizoval podnikatelský plán na založení nového podniku a to restaurace McDonald's, která nabízí různé druhy sendvičů a nápojů. Podnikatelský plán je psán v souladu s teoretickou částí. Obsahem podnikatelského plánu je charakteristika produktů a jejich výroba, organizační plán upřesňující počet zaměstnanců a jejich pracovní zařazení, srovnání konkurence na trhu s restaurací McDonald's, marketingový mix popisující výrobek, cenu, propagaci a distribuci. Ve SWOT analýze bude znázorněno vnitřní a vnější prostředí restaurace a v neposlední řadě je vytvořen finanční plán.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PODNIKÁNÍ

V kapitole podnikání si důkladněji vysvětlíme potřebné základní pojmy a právní formy podnikání.

1.1 Základní pojmy

Před zahájením vlastního podnikání by mělo předcházet seznámení se základními pojmy z oblasti podnikání. Základními pojmy jsou podnikání, podnikatel a podnik. [5]

1.1.1 Podnikání

Podnikání dle obchodního zákoníku¹ se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.

Pro správné pochopení je třeba doplnit vysvětlení dílčích pojmů použitých v definici:

- soustavnost – znamená, že činnost musí být vykonávána opakovaně a pravidelně, ne příležitostně,
- samostatnost – je-li podnikatelem fyzická osoba, jedná osobně; právnická osoba jedná prostřednictvím svého statutárního orgánu,
- vlastní jméno – právní úkony činí podnikatel fyzická osoba svým jménem a příjmením, právnická osoba pod svým názvem (obchodní firmou),
- vlastní odpovědnost – podnikatel (fyzická i právnická osoba) nese veškeré riziko za výsledky své činnosti,
- dosažení zisku – činnost musí být vykonávána s úmyslem docílit zisku. [5]

Musí být naplněny všechny uvedené podmínky, jinak se nejedná o podnikání.

¹ § 2 odst. 1 zákon č. 513/1991 Sb. obchodní zákoník.

1.1.2 Podnikatel

Definice podnikatele dle obchodního zákoníku²:

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku (obchodní společnosti, družstva, státní podniky a jiné právnické osoby, kterým to ukládá zákon, fyzické osoby se zapisují povinně pouze v některých případech),
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění (lékaři, auditoři)
- d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštních předpisů.

Podnikatele chápe jako právně samostatný, vlastnický oddělený právní subjekt, který provozuje podnikatelskou činnost vlastním jménem.

Podnikatele dělíme na:

- a) *fyzické osoby* – občané jako jednotlivci (způsobilost k podnikání nabývá osoba dovršením 18 let)
- b) *právnické osoby* – subjekty, které jsou zapsány v obchodním rejstříku na základě sepsané písemné smlouvy nebo zakladatelské listiny. Právnické osoby jsou samostatnými právními subjekty, které mohou zavazovat a nabývat práv. Právnické osoby jsou zastupovány při právních úkonech fyzickými osobami buď přímo jako jejich orgány nebo nepřímo na základě plné moci jako jejich zákonní zástupci.

1.1.3 Podnik

Podnikem dle obchodního zákoníku³ se rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit.

² § 2 odst. 2 zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.

³ § 5 odst. 1 zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.

1.2 Právní forma podnikání

Před začátkem podnikatelské činnosti, je nutné si dobře zvolit právní formu. Správný výběr formy podnikání představuje důležité rozhodnutí. Výběr formy podnikání není samozřejmě nevratný. V pozdější době lze zvolený typ právní formy podnikání změnit. Změna právní formy ovšem přináší komplikace a vynaložené náklady. [5]

1.2.1 Obchodní společnosti a družstvo

Obchodní společnosti jsou právnické osoby vznikající za účelem podnikání. Její vznik, druh, činnost a zánik upravuje obchodní zákoník. Obchodní společnosti lze rozdělit na společnosti osobní, společnosti kapitálové a družstva. Rozdíl mezi osobními a kapitálovými společnostmi je v tom, že všichni společníci osobních společností ručí za závazky společnosti neomezeně, tedy celým svým majetkem, společníci kapitálových společností neručí za závazky společnosti za trvání společnosti vůbec, jejich ručení je omezeno. Mezi osobní společnosti se řadí komanditní společnost a veřejná obchodní společnost. Do kapitálových společností patří akciová společnost a společnost s ručením omezeným. [2]

Osobní společnosti

U osobní společnosti je předpokládána osobní účast podnikatele na řízení společnosti a zpravidla neomezené ručení společníků za závazky společnosti. Patří sem veřejná obchodní společnost a komanditní společnost. [9]

Veřejná obchodní společnost (v. o. s.) - je společnost, ve které přinejmenším dvě osoby podnikají pod společnou firmou a ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně celým svým majetkem. Minimální základní kapitál není stanoven. Zisky a ztráty jsou rozděleny mezi společníky stejným dílem.

Komanditní společnost (k. s.) - jeden nebo více společníků ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného v obchodním rejstříku (komanditisté) a jeden nebo více společníků ručí celým svým majetkem (komplementáři). Nejnižší počet společníků jsou dva (jeden komplementář a jeden komanditista), maximální počet společníků není nijak omezen. Základní kapitál komanditisty je stanoven minimálně 5 000 Kč. Zisk se dělí na část připadající společnosti a část připadající komplementářům poměrem, který je stanoven ve společenské smlouvě; pokud není stanoveno ve společenské smlouvě, dělí se

mezi ně na polovinu. Zisk, který připadl společnosti, se po zdanění dělí mezi komanditisty buď v poměru stanoveném ve společenské smlouvě, nebo v poměru splacených vkladů. Ztrátu nesou komplementáři rovným dílem. [6]

Kapitálové společnosti

U kapitálové společnosti mají zakladatelé pouze povinnost vnést vklad, jejich ručení za závazky společnosti je buď omezené, nebo žádné. Patří sem společnost s ručením omezeným a akciová společnost. [9]

Společnost s ručením omezeným (s. r. o.) - je společnost, jejíž základní kapitál tvoří vklady společníků. Společnost může založit jedna osoba, nejvíce však 50 společníků. Základní kapitál činí minimálně 200 000 Kč, výše vkladu jednoho společníka musí být alespoň 20 000 Kč. Společnost odpovídá za závazky celým svým majetkem, společníci ručí do výše svých nesplacených vkladů zapsaných v obchodním rejstříku. Pokud nestanoví společenská smlouva jinak, podílejí se společníci na zisku v poměru svých obchodních podílů. Tato společnost musí vytvářet rezervní fond.

Akciová společnost (a. s.) – může založit jedna právnická osoba nebo minimálně dvě fyzické osoby. Kapitál akciové společnosti je rozvržen na určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě. Základní kapitál je minimálně 2 000 000 Kč. Společnost ručí za závazky celým svým majetkem, akcionáři za závazky společnosti neručí. Musí být vytvořen rezervní fond. Akciová společnost je nejsložitější formou z uvedených možností.

Družstvo

Družstvo je společenstvím neuzavřeného počtu osob založeným za účelem podnikání nebo zjišťování hospodářských, sociálních nebo jiných potřeb svých členů. Minimální počet členů jsou dvě právnické osoby nebo pět fyzických osob. Minimální výše základního kapitálu je 50 000 Kč. Při svém vzniku je družstvo povinno zřídit nedělitelný fond. [9]

1.2.2 Živnost

Podmínky živnostenského podnikání upravuje zákon č. 455/1991 Sb. živnostenský zákon, ve znění pozdějších předpisů. Živnostenský zákon definuje živnost dle § 2 následovně: „*Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem*“. Živnost může provozovat fyzická i právnická osoba. Živnostník ručí za závazky celým svým majetkem i osobním. Základní kapitál není podmínkou vzniku živnosti. Záznam o podnikatelích vedou živnostenské úřady v živnostenském rejstříku. [6]

Živnosti lze dle živnostenského zákona dělit na:

- *Ohlašovací* - vznikají a jsou provozovány na základě ohlášení. Tyto živnosti jsou osvědčeny výpisem ze živnostenského rejstříku. Dělí se na:
 - *Živnosti řemeslné* – k jejímu získání a provozování je podmínkou výuční list, nebo maturita v oboru, nebo diplom v oboru, nebo šestiletá praxe v oboru (např. řeznictví a uzenářství, zednictví, hostinská činnost atd.)
 - *Živnosti vázané* – k jejímu získání a provozování je podmínkou prokázání odborné způsobilosti, která je stanovena v příloze č. 2 živnostenského zákona (např. podnikání v oční optice, vedení účetnictví, vyučování řízení motorových vozidel atd.)
 - *Živnosti volné* – nejsou uvedeny v žádné příloze živnostenského zákona, pro získání nepotřebuje podnikatel odbornou způsobilost.
- *Koncesované* - tyto živnosti jsou provozovány na základě koncese. Na živnostenském úřadě je potřeba podat žádost o vystavení koncese. K vydání koncese se vyjadřují i další orgány. Koncesované živnosti jsou uvedeny v příloze č. 3 živnostenského zákona.

2 FRANCHISING

Franchising je odbytový systém, jehož prostřednictvím se uvádí na trh zboží, služby nebo technologie. Opírá se o úzkou a nepřetržitou spolupráci právně a finančně samostatných a nezávislých podniků, franchisora a jeho franchisantů. Franchisor zaručuje svým franchisantům právo a zároveň jim ukládá povinnost, provozovat obchodní činnost v souladu s jeho koncepcí.

Toto právo franchisanta opravňuje a zavazuje užívat za přímou nebo nepřímou úplatu jméno franchisorovy firmy, ochrannou známku, servisní známku, jiná práva z průmyslového a duševního vlastnictví, jakož i know-how, hospodářské a technické metody a procedurální systém, v rámci a po dobu trvání písemné franchisové smlouvy, za tímto účelem uzavřené mezi stranami, a za trvalé obchodní a technické podpory ze strany franchisora.

V České republice v současné době není upravena právní forma franchisingové smlouvy v obchodním ani občanském zákoníku.

2.1 Výklad pojmů

- *Franchising* – odbytový systém, jehož prostřednictvím se na trh uvádí zboží nebo služby
- *Franchisa* – licence opravňující franchisanta k provozování odbytové koncepce franchisora vlastním jménem na vlastní účet
- *Franchisor* – franchisový poskytovatel, poskytovatel franchisy
- *Franchisant* - franchisový příjemce, nabyvatel franchisy
- *Franchizová smlouva* – dlouhodobá smlouva upravující základní vztahy mezi franchisorem a franchisantem
- *Franchisový balík* – souhrn práv, znalostí a dalších plnění poskytovaných franchisorem umožňující provozovat franchisu
- *Franchisové poplatky* – platby, které platí franchisant franchisorovi za licenci a služby
- *Franchisová síť* – obchodní a organizační propojení franchisora a všech jeho franchisantů koordinované a podporované prostřednictvím franchisové centrály
- *Marter-franchising* – franchising přesahující území státu, tzn. provozovaný v mezinárodním měřítku

- *Master-franchisa* – franchisová licence pro území cizího státu (zpravidla pro celé území)
- *Master-franchisor* – vlastník franchisového konceptu udělující franchisu do zahraničí
- *Master-franchizant* – tuzemský držitel franchisové licence udělované zahraničním franchisorem
- *Master-franchisová smlouva* – (master - hlavní) smlouva upravující základní vztahy mezi master-franchisorem a master-franchisantem opravňující master-franchisanta uzavírat jako franchisor franchisové smlouvy s dalšími franchisanty [15]

2.2 Výhody pro franchisanta a franchisora

Podnikání na základě franchisové smlouvy má pro společníky několik výhod. Zde jsou některé vybrané z nich:

Výhody franchisanta

- Možnost rychlejší expanze a proniknutí na trh
- Motivace k růstu na často komplikovaném trhu
- Pozornost poskytovatele k obchodním detailům
- Nižší provozní náklady – úzká produktová linie
- Tvrdě pracující týmový hráč
- Stabilní franchisové poplatky a podíl ze zisku

Výhody franchisora

- Znalost osvědčené značky na trhu
- Manažerský trénink a asistence
- Úspory z rozsahu nákupu
- Finanční asistence
- Spolu zahrnutí do firemní propagace
- Přísné dodržování standardů kvality [6]

2.3 Nevýhody pro franchisanta a franchisora

Podnikání formou franchisingu má, ale i nevýhody pro obě dvě strany. Zde jsou některé vybrané z nich:

Nevýhody pro franchisanta

- Kontrola ze strany franchisora
- Poplatky
- Dodržování pokynů franchisora
- Složitý rozchod
- Franchisorovy omyly

Nevýhody pro franchisora

- Neodpadá zodpovědnost celou sítí
- Stálá kontrola norem
- Odlišnost názorů franchisora s franchisantem
- Omyl ve zvoleném franchisantovi

3 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Abychom mohli komplexně posoudit reálnost a životaschopnost podnikatelského nápadu, musíme si sestavit podnikatelský plán. Podnikatelský plán je písemně zpracovaný dokument, ve kterém jsou popsány všechny podstatné vnější a vnitřní faktory související se zahájením podnikatelské činnosti a konkretizovaný záměr do budoucna. Ke kvalitnímu zpracování podnikatelského plánu je vyžadována investice, odvaha a flexibilita.

3.1 Účel podnikatelského plánu

Podnikatelský plán není důležitý dokumentem jen pro samotného zakladatele podniku, tedy majitele, ale o podnikatelský plán se mohou také zajímat investoři, bankéři, manažeři, ale také třeba zákazníci, zaměstnanci a konzultanti. Podnikatelské plány se vytvářejí pro vnitropodnikové (manažeři, vlastníci) a mimopodnikové účely (investoři, banky).

V rámci podniku je podnikatelský plán využit jako plánovací nástroj, podklad pro rozhodovací proces, především v případech, kdy podnikatel firmu zakládá a kdy podnik stojí před důslednými změnami jako např. sloučením, rozdělením nebo uzavřením podnikatelských oblastí. Jako nástroj plánování pro vymezení a soulad jednotlivých aktivit mají podnikatelské plány v mnoha podnicích již dlouho své místo. Dílčí plány vypracované v jednotlivých útvarech vzájemně sladěné se zahrnou do celkového plánu. Ten potom poskytuje vedení orientaci v jeho každodenní práci a v některých případech je jeho výtah k dispozici i zaměstnancům. Protože má speciální zaměření, je jinak strukturován než podnikatelské plány určené pro příjemce mimo vlastní podnik.

Vytvoření přehledu plánovaných aktivit umožňuje včas najít úzká místa a docílit jejich odstranění bez finančních ztrát již ve fázi plánování. Tento způsob se doporučuje především zakladatelům nových podniků.

Podnikatelské plány jsou kromě využití jako nástroje plánování vhodné i jako nástroj kontroly. Ke konci každého roku se porovnávají plánovaná data se skutečnými. Ze srovnání je zřetelné, zda bylo dosaženo cílů nebo zda a kde nastalo k odchýlkám. Mimo podnik slouží podnikatelský plán takovým případům, kdy jsou zpracovávány pro vnější příjemce se záměrem najít poskytovatele kapitálu nebo zájemce o koupi podniku. Podnikatelské plány jsou určeny jakoby nástroj komunikace, aby přehlednou a úplnou formou přesvědčili čtenáře o výhodách podílnictví na podniky, poskytnutí úvěru nebo koupě podniku.

Vnější příjemci podnikatelských plánů mají jiné požadavky na informace než příjemci uvnitř podniku. Vedení a pracovníkům podniku jsou například zpravidla známy vlastnické poměry, které v podnikatelském plánu není potřeba uvádět. Naproti tomu pro vnější poskytovatele kapitálu je údaj o vlastnících důležitý a musí se podrobně zpracovávat. [7]

3.2 Zásady pro vypracování podnikatelského plánu

Při zpracování podnikatelského plánu, bychom měli uznávat obecně platné zásady. Jde o to, že zejména externí subjekt bude mít s největší pravděpodobností k dispozici plány jiných firem, které na něj chtějí také zapůsobit a získat finanční prostředky. Z tohoto důvodu je nutné, aby podnikatelský plán byl:

- *Inovativní*
- *Srozumitelný a uváženě stručný*
- *Logický a přehledný*
- *Pravdiví a reálný*
- *Respektující rizika*

Inovativní – musíme prokázat, že přinášíme unikátní přidanou hodnotu pro zákazníka, že náš výrobek nebo služba bude uspokojovat potřeby zákazníku lépe než dosud a také lépe než naše konkurence.

Srozumitelný a uváženě stručný – při sestavování podnikatelského plánu se vyjadřujeme jednoduše, neprezentujeme zbytečně mnoho myšlenek v jedné větě, přídavná jména vybíráme opatrně, není třeba s jejím počtem plýtvat. Myšlenky či závěry obsažené v plánu sice uvádíme stručně ovšem v žádném případě ne na úrok postižení základních faktů.

Logický a přehledný – myšlenky a stručnosti uvedené v plánu musí na sebe navazovat, musí být podloženy fakty, tvrzení obsažená v plánu si nesmí odporovat. Pro lepší přehlednost doplníme do podnikatelského plánu tabulky a grafy. Také časový harmonogram realizace podnikatelského plánu znázorníme graficky, např. pomocí úsečkového diagramu.

Pravdiví a reálný – pravdivost uváděných údajů a reálnost predikovaného vývoje by měla být samozřejmostí.

Respektující rizika – podnikatelský plán vyjadřuje budoucnost. Respektování rizik, identifikaci rizik a návrh opatření na jejich eliminaci nebo zmírnění zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského plánu. [5]

3.3 Struktura podnikatelského plánu

Podnikatelský plán není dokumentem, který má stanovené nebo předepsané náležitosti. Každý podnikatelský plán má jinou strukturu, přesto však mají podnikatelské plány značně podstatnou obsahovou náplň, což je dáno zejména podobností účelu, pro který jsou zpracovávány, a vnitřní logikou postupu informačního procesu. [10]

Struktura podnikatelského plánu závisí na účelu, pro který je zpracován. Podnikatelský plán by měl obsahovat tyto části:

1. Titulní strana
2. Obsah
3. Shrnutí
4. Popis podniku
5. Výrobní plán
6. Organizační plán
7. Analýza trhu
8. Operační plán
9. Marketingový plán
10. Hodnocení rizik
11. Finanční plán
12. Přílohy

3.3.1 Titulní strana

Titulní strana podnikatelského plánu by měla být vypracována co nejlépe, aby udělala na čtenáře dobrý dojem a zaujala jeho pozornost. Na titulní straně je popsán stručný výklad o podnikatelském plánu.

Titulní strana by měla obsahovat:

- název společnosti popř. logo společnosti,
- právní forma podnikání,

- sídlo společnosti,
- datum vzniku společnosti,
- základní kapitál společníků,
- jména společníků,
- kontakty (adresa, telefonické spojení, e-mail apod.),
- popis podniku,
- způsob financování a jeho struktura.

3.3.2 Shrnutí

Shrnutí se obvykle zpracovává až na závěr celého podnikatelského plánu v rozsahu 1 až 2 stránky. Pokud je vypracován pro investory, je jeho úkolem v co největší možné míře vzbudit zájem potenciálních investorů. Investoři se totiž na základě souhrnu rozhodují, zda má význam pročíst podnikatelský plán jako celek. [3]

Důležitá fakta, která se nemohou ve shrnutí zanedbat, jsou především:

- představení oboru podnikání,
- jaké služby a výrobky budou poskytovány,
- popis potenciálních zákazníků,
- v čem jsou výhody produktu nebo služby,
- ekonomicko-finanční charakteristika podniku a projektu,
- zdroje financování. [10]

3.3.3 Popis podniku

V této části podnikatelského plánu se uvádí podrobný popis podniku. Je důležité, aby byla potenciálnímu investorovi zprostředkována představa o velikosti podniku a jeho záměru. Popis podniku by měl obsahovat pouze doložitelná fakta, která se týkají založení, různých úspěchů, dále se v něm definuje strategie podniku, cíle a cesty k jejich dosažení.

Klíčové prvky v této části podnikatelského plánu jsou:

- výrobky nebo služby,
- umístění / lokalita a velikost podniku,
- přehled personálu podniku/operační schéma,
- veškeré kancelářské zařízení a jiné technické vybavení,

- průprava podnikatele – znalostní vybavení a předchozí praxe či reference.

3.3.4 Výrobní plán

Ve výrobním plánu by měl být zachycen výrobní celý proces. Pokud bude podnik realizovat část výroby formou subdodávek, měli by zde být uvedeni i tito subdodavatelé včetně důvodů jejich výběru. Rovněž je nutné uvést informace o již uzavřených smlouvách. Pokud bude celou nebo i část výroby zajišťovat sám podnikatel, musí zde být uveden popis potřebných strojů a zařízení, dále také používané materiály a jejich dodavatele. [3]

3.3.5 Organizační plán

V této části podnikatelského plánu je popsána forma vlastnictví nového podniku. V případě obchodní společnosti je nutné podrobně rozvést informace o managementu podniku a dále, dle příslušné právní formy, údaje o obchodních podílech. V organizačním plánu je uvedeni klíčoví vedoucí pracovníci podniku, jejich vzdělání, a praktické zkušenosti. Je určena jejich nadřízenost a podřízenost vedoucích. Vše znázorňuje organizační struktura podniku. [3]

Vedení podniku

Je vhodné uvést, kdo podnik povede a jaké má management odborné a podnikatelské know – how. Přitom je dobré zdůraznit schopnosti, které jsou důležité pro realizaci daného podnikatelského záměru. Profesionální zkušenost oboru, dosavadní úspěchy a sociální kompetence většinou znamenají pro poskytovatele kapitálu více než akademický titul.

Organizační struktura a ostatní zaměstnanci

Též je vhodné popsat organizační strukturu podniku. Uvedeme, kolik zaměstnanců bude podnik mít, jakou budou mít kvalifikaci a jaké bude jejich věkové složení. Úkoly jednotlivých zaměstnanců se uvádí v popisech pracovní náplně, které mají obsahovat tyto základní prvky:

- popis pracovního místa a charakteristika zaměstnance, který ho zastává,
- odborné požadavky na příslušné zaměstnance,
- organizační začlenění pracovního místa (vztahy nadřízenosti a podřízenosti),
- kompetence (odborné, delegované pravomoci).

Majetkoprávní vztahy související s projektem

Při zahájení podnikatelské činnosti je nutné vyřešit i otázku, kde či v jakých prostorách budeme podnikat. Pro sídlo společnosti, a zvláště pro případ provozovny, musíme disponovat užívacím nebo vlastnickým právem k pozemkům a podnikatelským prostorům. Pokud nemáme k dispozici žádný vhodný objekt, nabízí se zde několik možností. Objekt k podnikání můžeme koupit, pronajmout či zapojit do podnikání společníka, který nemovitost vlastní. Rozhodnutí o koupi nemovitostí pro podnikání s ohledem na nároky na finanční prostředky i administrativní náročnost vyžaduje důkladně zvážit:

- zda jde s ohledem na charakter podnikání o vhodný objekt,
- zda je vhodně lokalizován,
- jaký je technický stav objektu,
- jak vysoké budou provozní náklady spojené s fungováním objektu,
- zda splňuje všechny podmínky pro daný typ podnikání,
- zda není zatížen věcným břemenem,
- je-li kupní cena přijatelná atd.

Rovněž o koupi či pronájmu strojů, zařízení a dalšího vybavení potřebného k podnikání musíme rozhodovat na základě provedené analýzy a srovnání. Můžeme uvažovat o nákupu nebo pronájmu nového zařízení či uvažovat o koupi použitého zařízení, které pravděpodobně bude výhodnější z hlediska nižší pořizovací ceny. [4]

3.3.6 Analýza trhu

Do této části patří hlavně analýza konkurenčního prostředí, v němž jsou zahrnuti všichni významní konkurenti včetně jejich slabých a silných stránek i možnosti, jak by mohli negativně ovlivnit tržní úspěch podniku. Rovněž je vhodné zahrnout do této kapitoly přírodní faktory, politickou situaci, legislativní podmínky aj. Rovněž je vhodné uvést analýzu zákazníků na základě provedení segmentace trhu.

3.3.7 Marketingový plán

Tento plán je strategickým plánem podniku a naznačuje, jakým způsobem se podnik hodlá prosadit na trhu proti konkurenci. Plán může zohledňovat rozdílný marketing pro období vstupu podniku na trh a jeho zařazování se na trhu a následně marketing pro úspěšné fungování již zavedeného podniku na příslušném trhu z dlouhodobého hlediska. Naplnění

obou úloh může využívat, a často také využívá, odlišné marketingové nástroje, které jsou definované v rámci návrhu marketingového mixu 4P.

Marketingový mix 4P

Marketingový mix je složen z prvků:

- výrobek (product - P1),
- cena (price - P2),
- propagace (promotion - P3),
- distribuce (placement - P4).

3.3.8 Hodnocení rizik

Zde je nutné popsat největší rizika, která mohou vyplynout z reakce konkurence, ze slabých stránek marketingu, výroby či manažerského týmu nebo technologického vývoje. Tato rizika je žádoucí analyzovat a připravit náhradní strategie pro jejich odstranění. Pro potenciálního investora je tento přístup zárukou, že podnikatel si je takových rizik vědom a je připraven jim v případě potřeby čelit.

Ke srovnání předpokladů úspěšnosti projektu se doporučuje vytvořit SWOT analýzu.

S – Silné stránky (Strengths),

W – Slabé stránky (Weaknesses),

O – Příležitosti (Opportunities),

T – Hrozby (Threats).

3.3.9 Finanční plán

Finanční plán vytváří důležitou část podnikatelského plánu, určuje potřebné objemy investic a ukazuje, na kolik je ekonomicky reálný podnikatelský plán jako celek. Finanční plán se zabývá třemi nejdůležitějšími oblastmi:

- Předpoklad příslušných příjmu a výdajů s výhledem aspoň na 3 roky. Jsou zde zahrnuty očekávané tržby a kalkulované náklady.
- Vývoj hotovostních toků (cash-flow) v příštích 3 letech.
- Odhad rozvahy (balance), který poskytuje informace o finanční situaci podniku k určitému datu.

3.3.10 Přílohy

V této části jsou uvedeny informativní materiály, které nelze zařadit do samotného textu podnikatelského plánu. Na jednotlivé přílohy by však měly být v textu odkazy. Přílohou může být korespondence se zákazníky, výpisy z obchodního rejstříku, dodavateli, dále potom informace z primárního výzkumu, výsledky průzkumu trhu, fotografie produktů. [3]

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 PODNIKATELSKÝ PLÁN

V praktické části bakalářské práce bude realizován podnikatelský plán na založení nového podniku. Zde budou požity informace rozepsané v teoretické části bakalářské práce.

4.1 Titulní strana

Název firmy: McDonald's ČR, spol. s r.o. pobočka Prostějov - Držovice

Logo:



Sídlo firmy: Nákupní park Prostějov
Konečná ulice
796 07 Prostějov - Držovice

Kontakt: tel.: 582 333 790
e-mail: drzovice@mcdonalds.cz
web: www.mcdonalds.cz

Podnikatel: Vít Buriánek

Forma podnikání: živnost a franchisová smlouva

Popis podnikání: hostinská činnost, výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona, činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence

Způsob financování: financování pobočky McDonald's bude z části z vlastních zdrojů a zbytek bankovním úvěrem

4.2 Obsah

4.3 SHRnutí	30
4.4 POPIS VÝROBKU	31
4.5 VÝROBNÍ PLÁN	33
4.5.1 VÝROBNÍ STRATEGIE	33
4.5.2 VÝROBNÍ METODY.....	33
4.5.3 STROJE A ZAŘÍZENÍ.....	33
4.5.4 MATERIÁLNÍ ZABEZPEČENÍ.....	34
4.6 ORGANIZAČNÍ PLÁN	35
4.6.1 VEDENÍ PODNIKU	35
4.6.2 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA ZAMĚSTNANCŮ	36
4.6.3 ODMĚŇOVÁNÍ A PRACOVNÍ DOBA ZAMĚSTNANCŮ.....	38
4.6.4 MAJETKOPRÁVNÍ VZTAHY	40
4.7 ANALÝZA TRHU	41
4.7.1 TRH	41
4.7.2 KONKURENCE	42
4.7.3 ANALÝZA POTENCIÁLNÍCH ZÁKAZNÍKŮ.....	44
4.8 MARKETINGOVÝ PLÁN	45
4.9 HODNOCENÍ RIZIK	46
4.10 FINANČNÍ PLÁN	48
4.10.1 ZAHAJOVACÍ ROZVAHA A ZPŮSOB FINANCOVÁNÍ	48
4.10.2 PLÁN NÁKLADŮ PRO ROK 2013	49
4.10.3 PLÁN TRŽEB PRO ROK 2013.....	53
4.10.4 PLÁNOVANÝ VÝKAZ ZISKŮ A ZTRÁT V ROCE 2013	54
4.10.5 PLÁN TRŽEB V DALŠÍCH LETECH.....	54
4.10.6 PLÁN NÁKLADŮ V DALŠÍCH LETECH	56
4.10.7 PLÁNOVANÝ VÝKAZ ZISKŮ A ZTRÁT V DALŠÍCH LETECH	57
4.10.8 CASH FLOW	59

4.3 Shrnutí

Rozhodli jsme se podnikat formou franchisingu, z tohoto důvodu bude zřízena ohlašovací průmyslová živnost v oboru hostinská činnost. V obci Držovice bude pronajímán prostor v Nákupním parku Prostějov, ve které bude vybudována restaurace McDonald's s.r.o. Otevření restaurace je plánováno ke dni 3. července 2013 pod jménem McDonald's s.r.o. - Držovice. Před samotným otevřením budou provedeny některé úpravy v objektu, jako je vybudování McDiver, letní zahrádky, dětského hřiště a úpravy parkoviště. Na budovu budou umístěny loga společnosti, obnoveny nátěry fasády a interiér restaurace bude vybaven dekorací.

Hostům bude nabízeno několik vybraných druhů nealkoholických a alkoholických nápojů, dále pokrmů, především sendvičů z hovězího masa dle receptury McDonald's, což patří mezi konkurenční výhody. Na celkovém trhu má restaurace značnou konkurenci, ale žádná z nich v okolí nenabízí sendviče, odpovídající kvality. Zákazníkům budou poskytovány akce, jako jsou např. slevové kupony, slevové šeky, slevy pro studenty, kteří jsou držiteli karty ISIC a narozeninové oslavy pro děti.

Výhodou restaurace je její umístění, které se nachází v nákupní zóně, kde je velký pohyb potenciálních zákazníků. V nákupní zóně se nachází pouze jedna restaurace a rychlé občerstvení. Mezi potenciální návštěvníky lze tedy v podstatě zahrnout kohokoliv, kdo si potrpí na dobré jídlo v klidném a čistém prostředí.

Z konkurence bychom zdůraznili především restauraci Panda v nákupním centru Arkády. Tato konkurence, stejně jako zakládaná restaurace, nabízí příjemné stravování zákazníkům nákupní zóny.

V restauraci budou zaměstnáni tři pracovníci na úrovni Manager a 27 zaměstnanců na úrovni Crew jako jsou kuchaři, pokladní, baliči jídla a uklízeči. Zaměstnanci budou dostávat hrubou mzdu dle zařazení ve výši 8 000 – 20 000 Kč měsíčně. Vedoucí se bude starat o chod a vedení restaurace. Restaurace bude propagována pomocí webových stránek, inzerce v novinách a časopisech a televizi a rádia, tato reklama bude hrazena z reklamního fondu. Před otevřením restaurace bude v místním tisku Prostějovský Večerník a Prostějovský Týden zveřejněn termín otevření a aktuální slevová akce.

Ve SWOT analýze se určily silné a slabé stránky restaurace a její případné příležitosti a hrozby. Do silných stránek řadíme především tradiční výrobní proces a recepturu, čistotu restaurace a vybudování McDrive. Mezi slabé stránky je zařazena, vyšší cena produktů a nevybudování McCafé. Příležitosti zachycují oblíbenost sendvičů u zákazníků, oslabení

konkurence a růst příjmů zákazníků. Hrozby upozorňují na posílení konkurence, změnu potřeb zákazníků a prvotní nedůvěru zákazníků.

Na realizaci restaurace je vloženo z vlastních zdrojů 7 500 000 Kč. Tyto finance jsou potřebné k získání licence, která je jednou z podmínek k udělení franchisi společností McDonald's. Zbytek potřebných peněz na rekonstrukci, nákup drobného majetku a dlouhodobého hmotného majetku bude dofinancován bankovním úvěrem ve výši 11 700 000 Kč. Dále jsou stanoveny provozní náklady, které činní v roce 2013 měsíčně částku 1 606 470 Kč. Tržby a náklady jsou vypracovány celkem ve třech variantách: pesimistické, realistické a optimistické. Z výkazu zisků a ztrát bylo zjištěno, že podle realistické varianty bude restaurace produkovat zisk již od prvního roku.

4.4 Popis výrobku

Společnost McDonald's Corporation provozuje jeden z největších světových řetězců rychlého občerstvení na světě. Úplně první stánek s rychlým občerstvením byl založen v Kalifornii roku 1940 bratry McDonaďovými. McDonald's je celosvětově spojován s hamburgerem, který firma nevyalezla, ale je jejím z hlavních artiklů společnosti. Hamburger není jediným symbolem McDonald's. Řetězec restaurací si vybudoval silnou, rozpoznatelnou značku a je symbolem obchodního úspěchu. První restaurace v České republice byla otevřena v roce 1992 v Praze. V současné době je v České republice otevřeno 90 restaurací McDonald's.

Restaurace McDonald's bude vyrábět z polotovarů 16 sendvičů z různých druhů masa. Tyto sendviče budou prodávány buď samostatně, nebo ve výhodném menu, které obsahuje sendvič, přílohu a nápoj. Na výběr z příloh jsou hranolky nebo zahradní salát. Dále restaurace nabízí další pokrmy, jako jsou saláty, dezerty, studené a teplé nápoje. Pro zákazníky restaurace jsou zřízeny tyto slevy a služby:

- slevové kupóny
- šeky McDonald's
- nálepka McDrive club
- slevy pro studenty s kartou ISIC
- dětské narozeninové oslavy

Slevové kupóny

Formou slevových kuponů budou zvýhodněny některé produkty. (např. 2 x Big Mac za 69 Kč nebo 2 x McMuffin se slaninou za 45 Kč). Tyto slevové kupony jsou vypisovány společností McDonald's.

Šeky McDonald's

Jsou cenina, za kterou lze zakoupit jakýkoliv produkt ve všech restauracích McDonald's. Šeky lze použít například při propagačních akcích jako atraktivní odměnu.

Nálepka McDrive club

Pokud je zákazník členem McDrive Club může si při nákupu v McDrive zdarma vybrat jeden za následujících výrobků:

Nákupu nad 100 Kč

- Hranolky (malé)
- Nápoj (sycený 0,25 l)
- Kávu (0,2 l)
- Noviny MF DNES

Nákup nad 150 Kč

- Hranolky (střední)
- Nápoj (sycený 0,4 l)
- Kávu (0,2 l)
- Noviny MF DNES

Slevy pro studenty s kartou ISIC

Držitelé studentské karty ISIC mají nárok na zvýhodněnou ranní nabídku McMuffin se slaninou a Cappuccino za 49 Kč a denní nabídku Big Mac a nebo McChicken a střední hranolky za 79 Kč.

Dětské narozeninové oslavy

V restauraci bude možnost pořádat narozeninové oslavy. Pro hlavního oslavence bude zajištěn narozeninový dort, dárky, zábava s hosteskou a vše, co k oslavě patří. Oslavy jsou pořádány minimálně pro 5 dětí.

4.5 Výrobní plán

V této kapitole nebude popsán přesný postup přípravy všech pokrmů a jejich složení a to z důvodu utajení receptury McDoland's konkurenci.

4.5.1 Výrobní strategie

Sendviče budou připravovány klasickým způsobem dle receptury McDonald's. Žemle sendvičů budou opékány v toasteru, maso opečeno na grilu. Hranolky, které tvoří většinu příloh sendvičů budou fritovány v kvalitním oleji. Zákazník si bude moci vychutnat objednané jídlo v příjemném prostoru restaurace nebo mu bude pokrm bezplatně zabalen, aby si ho mohl pohodlně odnést sebou.

4.5.2 Výrobní metody

Každý sendvič se připravuje odlišnou metodou. U každého druhu jídla musí kuchař dodržet správný postup. Kuchař při výrobě cheeseburgů musí nejprve opéct žemli v toasteru a dát hovězí maso na gril, poté na spodní opečenou žemli klade hořčici, kečup, cibuli, okurek, čedar a grilované maso. Jako poslední na cheeseburger přijde vrchní část žemle. Celý tento produkt je předán baliči jídla, který cheeseburger zabalí do papírového obalu a vkládá do tepelného boxu, aby neztratil svojí teplotu. Z boxu je obsluhou pokladny předán zákazníkovi. Všechny postupy, které zaměstnanci musí dodržovat, mají svůj důvod a nesmí být nikým měněny.

4.5.3 Stroje a zařízení

Podle zákona č. 215/2005 Sb., o registračních pokladnách, stanovující způsob evidence plateb hostinské činnosti na základě živnostenského oprávnění, musí být v restauraci umístěna pokladna. Pro svou potřebu si zvolíme čtyři dotykové pokladny POS 8000 za cenu cca 174.000 Kč, do kterých bude zakoupen operační systém upraven pro restaurace McDonald's. Další investice pro fanchisanta je pořízení vybavení do kuchyně, interiéru restaurace, skladů, toalet a parkovacích ploch. Budou pořízeny grily, toastery, příruční lednice a mrazáky, fritézy, stroj na výrobu ledu, stroj na výrobu shaku a zmrzliny, počítačový systém, systém McDrive, vybavení velké lednice a mrazícího skladu. Do interiéru restaurace budou zakoupeny, stoly a židle, vybavení dětského koutku a ozvučný systém. Podrobné rozepsání vybavení je uvedeno v kapitole 4.10 Finanční plán.

4.5.4 Materiální zabezpečení

Úspěch dodavatelského řetězce modelu McDonald's lze přímo připsat své jedinečné koncepci práce outsourcingu. Na rozdíl od jiných firem, společnost McDonald's má 100% outsourcingu dodavatelského řetězce. Z tohoto důvodu jsou podmínky pro dodavatele McDonald's přísné, aby nedošlo k poškození know-how společnosti. Společnost McDonald's spolupracuje jen s těmi nejlepšími a prověřenými dodavateli, kteří pravidelně prochází nejrůznějšími kontrolami státních orgánů i nezávislých organizací. Jsou vybíráni jen ti, kteří splní náročné hygienické a kvalitativní požadavky. V tabulce (Tab. 1) jsou uvedeni dodavatelé, s kterými má společnost McDonald's uzavřenou smlouvu.

Tab. 1 Dodavatelé materiálního zabezpečení

DODAVATEL	PRODUKT
AHB Bakery	pečivo
Bartling GmbH WLS	plastové obaly
Begokon	vejce
Coca-Cola	sycené nápoje, pomerančový džus
HAVI Logistics s.r.o.	logistické služby
Develey	kečup, hořčice, omáčky, nakládané okurky
Diversey, Ecolab	čistidla
Eisberg	ledový salát, salátová směs, čerstvá cibule
Espersen	rybí maso
Farm Frites	hranolky
Farma Majcichov	mléčné směsi na shake a zmrzlinu
Georgia Pacific	ubrousky, toaletní papír
Hellma	porcovaný cukr, pepř, sůl, med
Huhtamaki	plastové příbory
Chiquita	ovocný kelímek, ananas
Klaro	úklidové prostředky
Kraft Foods	káva
Meggle	mléko, smetana, máslo, smetánka do kávy
Mercator - EMBA	sirupy, polevy, horká čokoláda

Moypark	jablečné taštičky, grilované kuřecí maso
OSI Foodworks	výrobky z hovězího, vepřového a kuřecího masa
Papier Mettler	papírové sáčky
Piringer	brčka
Plzeňský Prazdroj	pivo
Pocoloco	tortily
Pribina	předsmažený sýr
SEDA	obaly
Schreiber	plátkový sýr
Slovatys	rajčata, okurky
Walter Rau	fritovací tuk
Wilhelm Weishaupl	manažerské uniformy

4.6 Organizační plán

Vedení podnikatelských aktivit v podniku bude mít na starosti majitel jako živnostník, protože se nejedná o obchodní společnost, není nutné popisovat obchodní podíly.

4.6.1 Vedení podniku

Provozovatelem restaurace McDonald's - Držovice se stane Vít Buriánek (Restaurant manager), který bude podnikat na základě živnostenského oprávnění získaného ohlášením průmyslové živnosti v oboru hostinská činnost podle živnostenského zákona⁴. Při ohlášení živnosti musí splňovat všeobecné podmínky k získání souhlasu provozování živnosti fyzické osoby: dosažení 18 let, které budou prokázány občanským průkazem. Způsobilost k právním úkonům a trestní bezúhonnost, která je prokázána výpisem z trestního rejstříku, který nesmí být starší déle jak 3 měsíce. Jelikož se jedná o průmyslovou živnost, je nutná i odborná způsobilost, kterou prokáže certifikátem, který vystavila společnost McDonald's po absolvování 14-ti měsíčního kurzu. Úspěšné absolvování je podmínkou pro udělení franchise McDonald's.

⁴ § 45 zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů

V restauraci McDonald's bude zastávat pozici provozovatele podniku. Všechny zkušenosti s vedením podniku a řízením lidí byly získány ve školicím centru. Ve funkci provozovatele bude nadřízeným pracovníkem kuchařů, pokladních a všem ostatním zaměstnancům. Bude mít na starosti administrativu, trénink a hodnocení managementu, komunikaci s úřady a kontrolní činnost.

4.6.2 Organizační struktura zaměstnanců

V restauraci bude třeba 30 pracovníků, se kterými bude sepsána smlouva na dobu určitou. Je počítáno i s brigádními pracovníky. Všichni tito zaměstnanci musí projít tréninkem (není nutná předešlá kvalifikace v oboru). Základní částí zaměření McDonald's je stálá odpovědnost za stav a kvalitu vyškolení. Společností McDonald's bude bezplatně pro zaměstnance zřízen rozsáhlý, nepřetržitý školicí program. Poskytováním tak rozsáhlého tréninku McDonald's pomáhá zajišťovat standardy Q.S.C. & V.

Základní stanoviště v restauraci jsou:

- Kuchyň
- Servis – pokladna
- Lobby – prostor restaurace

Zaměstnanci jsou rozděleni do dvou základních skupin:

- Crew
 - odlišení podle barvy jmenovky
 - Zelená
 - Žlutá
 - Červená
 - Bílá - Crew trenér
- Management
 - Floor manager
 - II. Asistent
 - I. Asistent
 - Restaurant manager

Crew

Crew je zkušeným zaměstnanec, který má na starost dohled nad perfektně čistou podlahou, otírání výdejního pultu i kontrolu čerstvosti potravin v chladničkách. Dále vykonává práci v kuchyni, obsluhuje stroje, zařízení a techniku. Zpracovává a připravuje jednotlivé objednávky. Obsluhuje toasty, garnýr a fritézu. Další činnost práce je na pokladně s perfektním zákaznickým servisem. Každá funkce v restauraci je odlišena barevnou visačkou se jménem pracovníka. Zaměstnanci skupiny Crew vykonávají 4 základní činnosti:

- *Pokladní* – Má za úkol přijímat objednávky od zákazníků, připravovat nápoje a přílohy k jídlům. Dále je v jeho popisu práce výdej pokrmů zákazníkům. V případě, že příprava jídla bude trvat delší dobu, pokladní je povinen jídlo přinést zákazníkovi ke stolu, který si jídlo u něj objednal. Stará se o maximální spokojenost zákazníků.
- *Kuchař* – Dostává pokyny od pokladního, které pokrmy je potřeba připravit. Kuchař musí dodržovat zásady přípravy jídel podle receptury McDonald's. Kuchař musí zásobovat ohřívací pulty jídlům tak, aby zákazník při objednávce nemusel na pokrm dlouho čekat.
- *Balič jídel* – Hlavním úkolem je balení pokrmů do papírových obalů a krabiček pro výdej zákazníkům.
- *Uklízeč* – Stará se o čistotu restaurace, toalet a prostor parkoviště. Úklid stolů, mytí podlah, úklid boxů na odpad.

Crew trenér

Hlavním úkolem je vést nové i stávající kolegy v úvodním tréninku. Crew trenér zná všechny postupy přípravy pokrmů a servisu v restauraci. Vysvětluje novým zaměstnancům Crew všechny postupy na každém stanovišti krok po kroku.

Floor manager

Tento pracovník má svěřenou část restaurace po celou dobu směny a jeho hlavní starostí jsou tři základní věci: stavy zaměstnanců, surovin a strojů. Floor managerem, musí znát

chod každé části restaurace. Floor manager dbá hlavně na ekonomický provoz restaurace, například minimalizování finančních nákladů.

II. asistent

Hlavním úkolem je vést pracovní směny ve svěřené oblasti. Kromě toho má na starosti trénink jednotlivých Floor managerů a administrativu spojenou s chodem restaurace.

I. asistent

Tato pozici plně zastupuje vedoucího restaurace v jeho nepřítomnosti. Hlavním úkolem je systematicky vést a řídit chod restaurace. Sledovat spokojenost zákazníků, věnuje se řízení a hlídání nákladů, které jsou spojené s provozem restaurace. Dále budete zajišťovat kontrolu provozu, zaučovat trenéry, pracovat na rozvoji managementu a vést směny.

4.6.3 Odměňování a pracovní doba zaměstnanců

Pracovní doba zaměstnanců je rozvržená do sedmidenního pracovního týdne v trojsměrném provozu. Zaměstnanci skupiny Crew a Management budou pracovat 37,5 hodin týdně. Pracovníci budou odměňováni měsíční tarifní mzdou (Tab. 2). Podrobné rozvržení pracovní doby je uvedeno v tabulce (Tab. 3). Všichni zaměstnanci mají nárok na 30-ti minutovou přestávku na jídlo a oddech, kterou čerpají dle plánu směn. Poskytnuté přestávky na jídlo a oddech se nezapočítávají do pracovní doby.

Tab. 2 Výpočet mzdy zaměstnance (v Kč)

	Manager	Pokladní	Kuchař	Balič jídla	Uklízeč
<i>Hrubá mzda</i>	20 000	15 000	10 000	9 000	8 000
<i>Super hrubá mzda</i>	26800	20100	13400	12060	10720
<i>Základ pro výpočet zálohy na daň</i>	26 800	20 100	13 400	12 100	10 800
<i>Daň před slevami</i>	4020	3015	2010	1815	1620
<i>Slevy na dani</i>	-2070	-2070	-2070	-2070	-2070
<i>Daň</i>	1950	945	0	0	0
<i>Sociální a zdravotní pojištění (zaměstnanec)</i>	2200	1650	1100	990	880
Čistá mzda	15 850	12 405	8 900	8 010	7 120

Tab. 3 Rozvržení pracovní doby

Zaměstnanci v jednotlivých směnách	Manager	Pokladní	Kuchař	Balič jídla	Uklízeč	Manager	Pokladní	Kuchař	Balič jídla	Uklízeč	Manager	Pokladní	Kuchař	Balič jídla	Uklízeč
	Počet zaměstnanců	1	4	2	1	2	1	4	2	1	2	1	4	2	1
Den /Pracovní doba	6:00 - 13:00 (6,5 hod)					13:00 - 20:00 (6,5 hod)					20:00 - 23:00 (3 hod)				
Pondělí	1. směna					2. směna					3. směna				
Úterý	3. směna					1. směna					2. směna				
Středa	2. směna					3. směna					1. směna				
Čtvrtek	1. směna					2. směna					3. směna				
Neděle	1. směna					2. směna					3. směna				
Den /Pracovní doba	6:00 - 13:00 (6,5 hod)					13:00 - 20:00 (6,5 hod)					20:00 - 0:00 (4 hod)				
Pátek	3. směna					1. směna					2. směna				
Sobota	2. směna					3. směna					1. směna				
Celkem	39,5h/týdně					39,5h/týdně					39,5h/týdně				

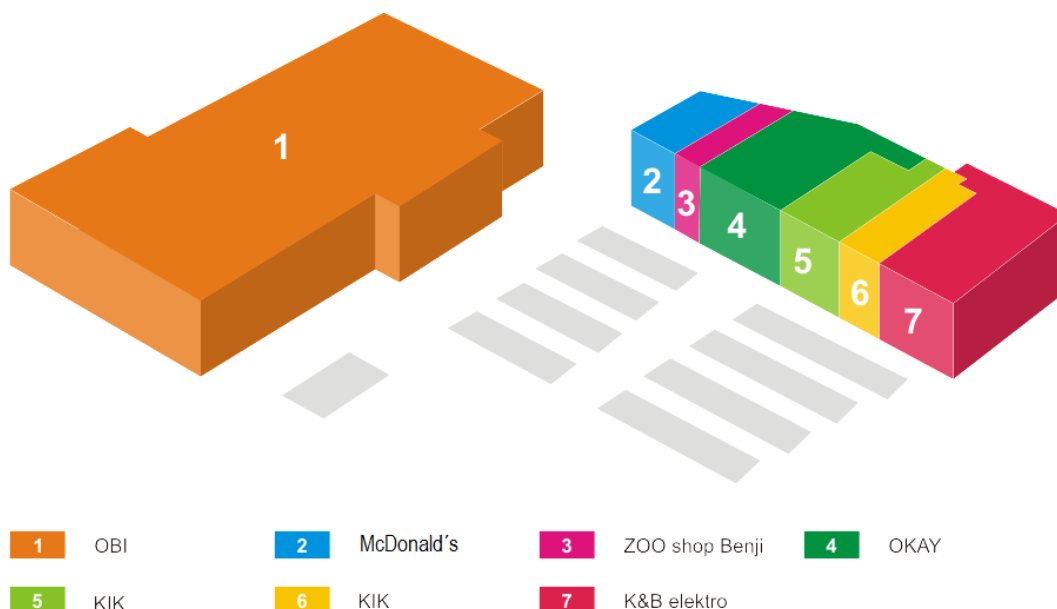
Pokud hodiny přesáhnou stanovenou týdenní pracovní dobu, bude zaměstnanci zaplacená práce přesčas, plus přesčasový příplatek ve výši 25%.

Tab. 4 Mzdové náklady pro rok 2013 (v Kč)

Zaměstnanec	Rok 2013					
	Počet	Q1	Q2	Q3	Q4	celkem
				Hrubá mzda	Hrubá mzda	
Manager	3	-	-	180 000	180 000	360 000
Pokladní	12	-	-	540 000	540 000	1 080 000
Kuchař	6	-	-	180 000	180 000	360 000
Balič jídla	3	-	-	81 000	81 000	162 000
Uklízeč	6	-	-	144 000	144 000	288 000
Celkem hrubá mzda	-	-	-	1 125 000	1 125 000	2 250 000
Zdravotní pojištění za zaměstnavatele	-	-	-	101 250	101 250	202 500
Sociální pojištění za zaměstnavatele	-	-	-	281 250	281 250	562 500
Celkem	-	-	-	1 507 500	1 507 500	3 015 000

4.6.4 Majetkoprávní vztahy

Na základě fanchisové smlouvy nemá franchisant právo být vlastníkem nemovitosti, ve které bude sídlit restaurace McDonald's. Franchisant neovlivní ani výběr lokality. McDonald's pro Českou republiku zaměstnává odborníky na nemovitosti, architekturu, výstavbu, vybavení a nákup, kteří se starají o to, aby McDonald's zůstal na vedoucím místě ve svém oboru, proto vyhledání vhodné lokality pro budoucí restaurace má plně v kompetenci společnost McDonald's, která vybrala místo pro vybudování nové restaurace ve městě Prostějov v Nákupním centru (Obr. 2) u obvodního centra Arkáda Prostějov a obchodního domu Tesco. Prostory restaurace o ploše 412 m², které patří společnosti Sallerova výstavba s. r.o., jsou pronajímány společnosti McDonald's. Franchisor McDonald's vybudoval a zrekonstruoval prostory potřebné pro restauraci. Budou vybudování skladů, kuchyně, stravovacích prostor a toalet. Franchisor platí nájem v dané nemovitosti. Tyto náklady jsou účtovány franchisantovi jako měsíční poplatek, který činí 10 % čisté tržby restaurace. U Nákupního centra se nachází rychlostní komunikace R 46, která je také velkým přínosem pro restauraci. Z tohoto důvodu byl vystavěn u restaurace McDrive, který umožňuje řidičům učinit objednávku, aniž by museli vystoupit z vozidla. Parkovací místa jsou součástí Nákupního centra a jsou zahrnuty v nájmu pronajímaných prostor.



Obr. 2 Mapa Nákupního parku Prostějov

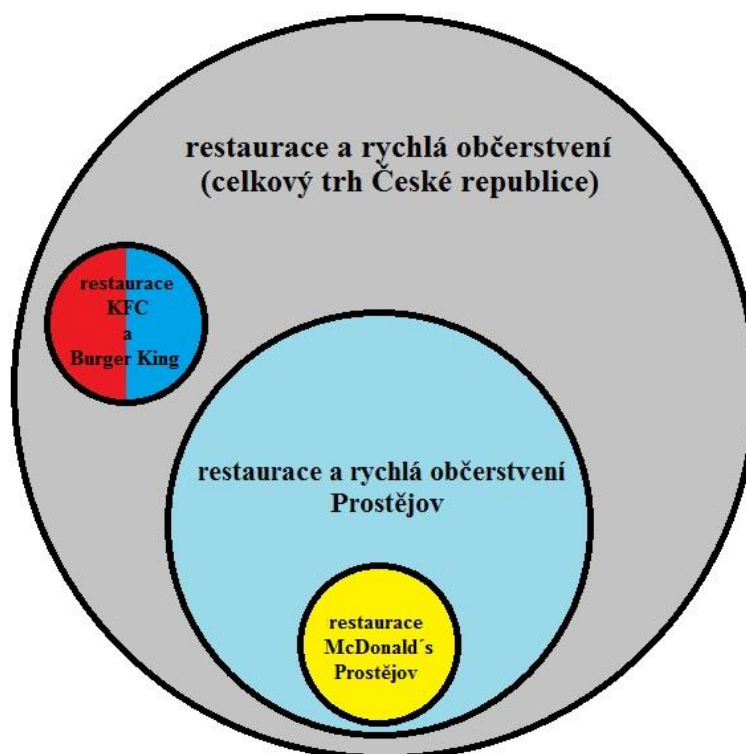
(zdroj: <http://www.nakupnikiprostejov.cz/mapa-centra>)

4.7 Analýza trhu

V dnešní době jsou pokrmy z rychlých občerstvení a restaurací tohoto typu stále oblíbenější z důvodu časového vytížení všech lidí, proto tyto restaurace nalezneme na místech, kde se shromažďuje velký počet lidské populace. Potenciální zákazníci mohou být zcela všichni bez ohledu na věk, povolání, pohlaví, národnost, náboženství, trvalé bydliště apod.

4.7.1 Trh

Restaurace McDonald's jsou na českém trhu již od roku 1992 a své zákazníky obslouží již v téměř 90 provozovnách. V okrese Prostějov se nenachází podobná restaurace, která by nabízela sendviče a pokrmy stejné kvality jako restaurace McDonald's. Na trhu v Olomouckém kraji ve městě Prostějov tedy budeme uvažovat pouze s restauracemi a rychlými občerstveními, které se nachází v blízkosti Nákupního centra Prostějov a jeho okolí, kde bude restaurace sídlit. Z důvodu malé konkurence v okrese Prostějov se budeme dále zabývat konkurencí velkých restaurací, které prodávají podobné produkty jako restaurace McDonald's v celé České republice.



Obr. 3 Vymezení trhu

4.7.2 Konkurence

Na českém trhu je velká konkurence restaurací, pohostinství a hospod, bister a rychlých občerstvení. Na internetovém portálu <http://www.firmy.cz> bylo v Olomouckém kraji ve městě Prostějov nalezeno 58 restaurací, 23 hospod a pohostinství a 13 rychlých občerstvení. Tyto údaje nejsou úplně konečné z důvodu dalších restaurací, které nemusí být zaregistrovány na tomto portále. Dále musíme uvažovat s potenciální konkurencí, které prozatím přípravu jídel nenabízí.

4.7.2.1 Konkurence v okolí restaurace

Hlavními konkurenty restaurace McDonald's jsou tyto rychlá občerstvení:

Bistro Panda

Bistro Panda sídlí přímo v areálu obchodního centra nedaleko Nákupního parku Prostějov. Je to prozatím jediná restaurace, ve které se mohou návštěvníci občerstvit. Připravují se zde čínské speciality z vepřového, hovězího a kuřecího masa. Toto bistro má dvě části, jednu s restaurací a další s rychlým občerstvením. Zákazník má na výběr z několika jídel.

Občerstvení Brutus, s.r.o.

<http://www.obcerstvenibrutus.cz>

Občerstvení Brutus se nachází 3 km od Nákupního centra Prostějov je zaměřena na rychle občerstvení s prodejem hamburgerů s masem i bez něj, hotdogů a příloh. Toto občerstvení nemá možnost posezení pro zákazníky. Další pobočka se nachází u Hlavního nádraží v Prostějově.

Ostatní konkurenti v Prostějově

Mezi další konkurenty můžeme zařadit všechny restaurace, pohostinství, rychlá občerstvení a bistra v okolí města Prostějova. Tyto provozovny ovšem nemají stejný sortiment jako restaurace McDonald's.

4.7.2.2 Konkurence v České republice

KFC - www.kfc.cz

Historie této restaurace koření v Americe již od roku 1930. První KFC restaurace v České republice byla otevřena v Praze v roce 1994. Ačkoliv restaurace KFC na světě připravují více než 400 různých produktů, základní nabídkou je stále speciálně připravené kuřecí ma-

so podle tajného receptu. KFC je unikátní díky receptuře na kuře KFC, kterou vynalezl Colonel Harland Sanders před téměř půl stoletím. Obal, do kterého se obalují vybrané kousky kuřete, tvoří směs 11 bylin. Některé restaurace KFC poskytují službu Drive Thru, která umožňuje zákazníkům učinit objednávku, aniž by museli vysednout z vozidla. Nejbližší restaurace KFC se nachází ve městě Olomouc v obchodním centru Haná a obchodním centru Olympia.

Burger King - www.myburgerking.cz

Síť restaurací Burger King je v České republice nejmladší, na trh se dostala teprve v roce 2008, kdy otevřela svojí první pobočku v Praze. První restaurace s rychlým občerstvením byla založena v roce 1952 ve Floridě. Hlavním produktem je hamburger Whopper z hovězího masa, který se prodává v několika variantách. Nejbližší restaurace Burger King se nachází v Brně.

Porovnání cen

V tabulce (Tab. 5) je rozepsán počet restaurací na území České republiky ke dni 29. 3. 2013 společně se službami, které restaurace nabízí.

Tab. 5 Srovnání restaurací s McDonald's v České republice

Restaurace	počet re- staurací v ČR	počet jídel	Internetové stránky	nákup z auta	nákup u okénka na ulici	snídaně
KFC	58	23	ano	ano	ano	ne
Burger King	10	22	ano	ne	ne	ano
McDonald's	90	33	ano	ano	ano	ano

Restaurace prodávají podobné produkty, které se liší přípravou nebo druhem použitého masa. V následující tabulce (Tab. 6), můžeme vidět porovnání cen stejných produktů, které restaurace nabízejí.

Tab. 6 Srovnání produktů restaurací (v Kč)

produkt \ restaurace	McDonald's	KCF	Burger King
Menu	119 - 139	75 - 135	89 - 169
Sendviče	25 - 100	35 - 89	25-135
Nápoj	39	39	40
Hranolky	40	39	40
Káva	25	25	20
Zmrzlina	20	20	25

Menu všech uvedených restaurací obvykle obsahují sendvič dle výběru, hranolky a nápoj. Nejlevnější menu mají restaurace KFC, které ovšem nabízí zákazníkům pouze produkty z jednoho druhu masa a to kuřecího. Sendviče v KFC menu se liší pouze hmotností, druhem housky a zeleninou, která je uvnitř. Restaurace společnosti Burger King nabízí všechny sendviče pouze z hovězího masa, které je grilované. Výběr sendvičů není tak rozmanitý jako v restauracích McDonald's. Zákazník má možnost si do Burger King menu vybrat ze tří velikostí základních sendvičů. Ceny samostatných produktů jako jsou hranolky, zmrzlina a káva jsou ve všech třech restauracích podobné.

4.7.3 Analýza potenciálních zákazníků

Restaurace McDonald's je umístěna v Nákupním parku Prostějov od tohoto místa v okruhu 5 km nachází tyto obce (Tab. 7), ve kterých se nachází potenciální zákazníci. V tomto okruhu se nachází 59 136 obyvatel. Dle vyhodnoceného dotazníku (P II) je přepokládána návštěvnost především zákazníků ve věku 19 – 26 let. Na druhém místě se umístily rodiny s dětmi, které navštěvují Nákupní park a obchodní centrum Arkáda. Další příval zákazníků je očekáván díky blízkosti rychlostní komunikace R46 a vybudování McDrive.

Tab. 7 Počet obyvatel v Obcích ČR k 1. 1. 2012

Název obce	Občané ČR					
	Muži	Muži 15+	Ženy	Ženy 15+	Celkem 15+	Celkem
Bedihošť	536	453	509	437	890	1045
Čelechovice na Hané	619	538	641	541	1079	1260
Držovice	670	580	678	596	1176	1348
Kostelec na Hané	1402	1173	1490	1281	2454	2892
Kralice na Hané	743	629	744	615	1244	1487
Mostkovice	761	635	787	686	1321	1548
Olšany u Prostějova	782	662	841	717	1379	1623
Prostějov	21124	18103	23501	20566	38669	44625
Prostějovičky	146	118	134	118	236	280
Smržice	865	727	804	691	1418	1669
Určice	671	559	688	603	1162	1359
CELKEM:	28319	24177	30817	26851	51028	59136

4.8 Marketingový plán

Hlavním cílem restaurace bude dosažení co nejvyššího zisku. Tohoto cíle dosáhneme snížením co možno nejvíce provozních nákladů, vysokou kvalitou služeb a dobrým jménem společnosti ve světě. Dostatek spokojených zákazníků by měl zajistit prosperitu a zisky podniku.

Marketingový mix restaurace McDonald's

V marketingovém mixu bude popsán výrobek, cena, propagace a distribuce.

Výrobek

Restaurace bude poskytovat služby v oblasti pohostinství, mezi které patří obslužení zákazníků a příprava pokrmů. V restauraci se budou připravovat především sendviče z hovězího, kuřecího a vepřového masa. Tyto sendviče budou připravované podle tradiční receptury a postupů McDonald's.

Cena

Podrobný ceník produktů je uveden v příloze (P III). Tyto ceny jsou napevno stanoveny společností McDonald's.

Propagace

Již vybudované dobré jméno společnosti by mělo zaručit, dobré postavení na trhu a dostatečný počet zákazníků v okrese Prostějov. Je potřeba zvolit správnou strategii propagace restaurace před jejím otevřením. Veškerá propagace a marketing restaurace je hrazena z měsíčních poplatků franchisanta, který přispívá měsíčně 5% z tržby do reklamního fondu. Tento fond umožňuje propagaci systému v celé zemi. O použití tohoto fondu rozhodují společně zástupci franchisantů a McDonald's ČR. Mimo to, 1% tržby restaurace je použito na lokální marketingové aktivity.

Propagace společnosti pomocí:

- webových stránek,
- inzerce v novinách a časopisech,
- televize a rádia.

Webové stránky

<http://www.mcdonalds.cz/>

Webové stránky jsou již vytvořeny společností McDonald's pro všechny restaurace na území ČR. Na těchto stránkách zákazník nalezne aktuální akce, nové produkty, ceník produktů, nutriční hodnoty potravin a jejich složení a fotografie produktů. Dále zde zákazník nalezne kontakty a informace o společnosti McDonald's a všech jejích restauracích v ČR.

Inzerce v novinách a časopisech

Tato forma propagace je ideální pro informování obyvatel ve městě Prostějov a jeho okolí o novém otevření restauraci McDonanld's. K tomuto účelu poslouží místní tisk Prostějovský Večerník a Prostějovský Týden, kde bude uveřejněno datum otevření a akce na zvýhodněné ceny. Další reklama je vkládána společností McDonald's do časopisů a ostatního tisku.

Televize a rádio.

Propagace formou televize a radia je jedna z nejúčinnějších forem propagace, jelikož osloví největší skupinu lidí. Jsou zde propagovány nové produkty a akce za zvýhodněné ceny. Touto formou se prezentuje celá společnost McDonald's nikoliv pouze jedna konkrétní restaurace.

Distribuce

Restaurace bude provozována ve městě Prostějově, kde se budou využívat přímé distribuční cesty. Zákazníci budou moci využít služeb v restauraci nebo v ostatních restauracích společnosti McDonald's.

4.9 Hodnocení rizik

Pomocí strategické analýzy SWOT rozebereme vnitřní a vnější prostředí restaurace. Z vnitřního pohledu se budeme věnovat silným a slabým stránkám, z pohledu vnějšího, příležitostem a hrozbám. Na základě takto vytvořené SWOT analýzy budeme nejprve uvažovat o odstranění hrozeb a slabých stránek, potom o zesílení silných stránek a příležitostí.

Tab. 8 SWOT analýza

	Klady	Zápory
Vnitřní prostředí	<p>Silné stránky (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> – tradiční receptura – venkovní posezení – dětské hřiště – velká parkovací plocha – velký počet míst k sezení – vybudovaný McDrive – čistota restaurace – proškolený personál – velká nabídka jídel – kvalitní servis – snídaně 	<p>Slabé stránky (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> – vyšší ceny produktů – nerealizované McCafé
Vnější prostředí	<p>Příležitosti (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> – oslabení konkurence – růst příjmů zákazníků – oblíbenost sendvičů 	<p>Hrozby (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> – posílení konkurence – změna potřeb zákazníků – prvotní nedůvěra nových zákazníků

Silné stránky

Hlavní silnou stránkou restaurace je tradiční recepturu a přípravu pokrmů z kvalitních surovin, díky které restaurace McDonald's dosáhly vysokého postavení na trhu. Restaurace bude připravovat sendviče převážně z hovězího masa, což žádná jiná restaurace nebo rychlé občerstvení nerealizuje. Další velmi důležitou silnou stránkou je vybudování McDrive, který zaručí další příliv zákazníků, kteří jsou na cestách. Spokojenost zákazníků bude zajišťovat proškolený personál, který bude mít přístup ke každé objednávce s maximální pozorností a péčí. V letním období bude k dispozici venkovní posezení s dětským hřištěm, které ocení především rodiny s dětmi. Další silnou stránkou jsou podávané snídaně od 7:00 hodin do 10:30 hodin.

Slabé stránky

Mezi slabé stránky patří především vyšší ceny za produkty, které restaurace nabízí. Většina starších lidí volí nižší cenu před kvalitou a servisem. Další slabou stránkou restaurace je nerealizování McCafé, které nabízí několik druhů kvalitní argentinské kávy, dortů a zákusků. Toto rozšíření restaurace není vybudováno z důvodu vyšších nákladů na provoz a dalších vstupních nákladů.

Příležitosti

Jednou z příležitostí restaurace je vybudování si silného postavení na trhu, tak aby oslabil konkurenci v okolí restaurace. Sendviče a produkty, které restaurace nabízí, jsou populární u všech věkových skupin zákazníků. Jejich spokojenost s kvalitou a servisem, který restaurace nabízí, posílí dobré jméno restaurace. Dále je počítáno s nárůstem příjmů zákazníků, což by mělo zajistit vyšší prodej produktů, které zajistí nárůst zisků restaurace.

Hrozby

Posílení konkurence může zapříčinit ztrátu hostů (např. vybudování v okolí konkurenčních restaurací KFC nebo Burger King v okolí). Zákazníky je také možno ztratit i tak, že dojde ke změně jejich potřeb a o nabízené produkty restaurace již nebudou mít takový zájem. Přichází-li restaurace o zákazníky, přichází zároveň i o zisky. V případě, že by se restaurace dostala do finanční ztráty, může být její provoz ohrožen. Další hrozbou je nedůvěra návštěvníků. Zákazníci zvyklí na konkurenci, mohou mít k nově otevřené restauraci nedůvěru.

4.10 Finanční plán

Finanční plán vysvětluje způsob financování, zahajovací rozvahu, plán tržeb a nákladů, ve výkazu zisků a ztrát určuje, zda podnik je ziskový či ztrátový a cash flow upřesňuje tok peněz.

4.10.1 Zahajovací rozvaha a způsob financování

Základní kapitál je tvořen vkladem fyzické osoby individuálního podnikatele na bankovní účet a poplatkem na zřízení živnostenského listu. Vklad na bankovní účet je z důvodu dofinancování úvěrem. Úvěr bude poskytnut ve výši 11 700 000 Kč. Peněžní prostředky bu-

dou použity na franchisingový poplatek společnosti McDonald's, který se hradí na dobu 20 let v částce 900 000 Kč, zaplacení kauce ve výši 300 000 Kč, na nákup drobného a dlouhodobého majetku, opravy, nákup zboží a materiálu.

Tab. 9 Rozvaha (v Kč)

ROZVAHA ke dni 1. 7. 2013			
Aktiva		Pasiva	
Stálá aktiva		Vlastní zdroje	
	0	Základní kapitál	7 501 000
Oběžná aktiva		Cizí zdroje	
Účty v bankách	7 500 000	Úvěr	0
Časové rozlišení		Časové rozlišení	
Pořízení živnost. oprávnění	1 000		0
	7 501 000		7 501 000

4.10.2 Plán nákladů pro rok 2013

V roce 2013 jsou plánovány náklady, které se skládají ze vstupních nákladů, provozních nákladů a odpisů.

Vstupní náklady

Vstupní náklady jsou hrazeny z poskytnutého bankovního úvěru.

Tab. 10 Počáteční vstupní náklady (v Kč)

Vstupní náklady	cena celkem (v Kč)
Pořízení živnostenského oprávnění	1 000
Úprava budovy	650 000
Opravy parkoviště	150 000
Opravy dětského koutku	150 000
Opravy dětského hřiště	350 000
Pokladní systém SW	50 000
Celkem	701 000

Provozní náklady

Celkové provozní náklady činí celkem 9 638 821 Kč za rok 2013. Tyto náklady lze rozdělit na fixní a variabilní. V následujících tabulkách (Tab. 11, Tab. 12) jsou rozepsány náklady ve dvou čtvrtletích (Q 3, Q 4) z důvodu zahájení podnikání dne 1. 7. 2013. Tento den je

započato 3. čtvrtletí. Jednorázové platby těchto nákladů jsou poplatek za využívání komunálních odpadů, který se platí dvakrát do roka ve výši 400 Kč a rozhlasový poplatek, který se platí čtvrtletně, nejpozději do patnáctého dne prvního měsíce každého kalendářního čtvrtletí. Vedoucí restaurace se bude evidovat jako poplatník rozhlasového poplatku od 1. 7. 2013. První splátka bude hrazena nejpozději do 15. 8. 2013 ve výši 45 Kč a druhá splátka bude provedena do 15. 9. 2013. V následujícím čtvrtletí (Q4) je splátka ve výši 135 Kč, která se musí uhradit do 15. 10. 2013.

Tab. 11 Provozní náklady variabilní pro rok 2013 (v Kč)

Variabilní provozní náklady podniku	Rok 2013				
	Q1	Q2	Q3	Q4	celkem
Spotřeba vody	-	-	30 600	30 600	61 200
Spotřeba plynu	-	-	60 000	60 000	120 000
Spotřeba elektřiny	-	-	120 000	120 000	240 000
Franchisingová provize	-	-	197 448	197 448	394 896
Poplatek za marketing	-	-	236 940	236 940	473 880
Nákup materiálu	-	-	276 000	276 000	552 000
Poplatek za prostory	-	-	355 410	355 410	710 820
Nákup zboží	-	-	2 019 000	2 019 000	4 038 000
Celkem	-	-	3 295 398	3 295 398	6 590 796

Tab. 12 Provozní náklady fixní pro rok 2013 (v Kč)

Fixní provozní náklady podniku	Rok 2013				
	Q1	Q2	Q3	Q4	celkem
Rozhlasový poplatek	-	-	90	135	225
Využívání komunálních odpadů	-	-	400	400	800
Telekomunikační služby a internet	-	-	6000	6000	12 000
Vedení účetnictví a daňového poradenství	-	-	10 000	10 000	20 000
Mzdy zaměstnancům	-	-	1 507 500	1 507 500	3 015 000
Celkem	-	-	1 524 350	1 524 395	3 048 025

Odpisy

Odpisy dlouhodobého hmotného majetku

Pro odepisování byla zvolena metoda rovnoměrného odepisování. V tabulce (Tab. 13) jsou rozepsány odpisy dlouhodobého majetku restaurace, který byl pořízen v celkové vstupní ceně 2 237 300 Kč. Tento majetek spadá do 2. a 3. odpisové skupiny. 2. Odpisová skupina bude odepisována po dobu 5 let a 3. odpisová skupina bude odepisována po dobu 10 let.

Celkové odpisy v prvním roce činní 237 853 Kč, v letech 2014 – 2017 jsou roční odpisy ve výši 480 182 Kč.

Tab. 13 Odpisy dlouhodobého hmotného majetku (v Kč)

Dlouhodobý hmotný majetek	Ks	Pořizovací cena za ks	Pořizovací cena celkem	Odpisy 1. rok	Odpisy 1. rok celkem	Odpisy v dalších letech	Odpisy v dalších letech celkem
<i>Kávovar</i>	2	44 500	89 000	4 895	9 790	9 902	19 804
<i>Fritéza</i>	4	83 400	333 600	9 174	36 696	18 557	74 228
<i>Elektrická grilovací deska</i>	2	65900	131 800	7 249	14 498	14 663	29 326
<i>Chladicí skříň 1400l</i>	3	55500	166 500	6 105	18 315	12 349	37 047
<i>Prosklená chladicí skříň 700 litrů</i>	1	40600	40 600	4 466	4 466	9 034	9 034
<i>Myčka stolního nádobí</i>	1	64800	64 800	7 128	7 128	14 418	14 418
<i>Nerezové mrazicí skříň 1400l</i>	4	60000	240 000	6 600	26 400	13 350	53 400
<i>Zmrzlinový stroj</i>	2	65000	130 000	7 150	14 300	14 463	28 926
<i>Výrobek nealko nápojů</i>	2	65000	130 000	7 150	14 300	14 463	28 926
<i>Pokladny POS 8000</i>	6	43 500	261 000	4 785	28 710	9 679	58 073
<i>Reklamní označení - soubor 5 ks</i>	1	500 000	500 000	55 000	55 000	111 250	111 250
Celkem za 2. odpis. skupinu		1 088 200	2 087 300	119 702	229 603	242 128	464 432
<i>Klimatizace</i>	1	150 000	150 000	8 250	8 250	15 750	15 750
Celkem za 3. odpis. skupinu		150 000	150 000	8 250	8 250	15 750	15 750
Celkem za hmotný majetek		1 238 200	2 237 300	127 952	237 853	257 878	480 182

Odpisy drobného majetku

V tabulce (Tab. 14) je rozepsán drobný hmotný majetek, který byl pořízen za 1 545 860 Kč, tento majetek bude odepisován po dobu dvou let. Odpisy za jeden rok činí 772 930 Kč.

Tab. 14 *Odpisy drobného hmotného majetku (v Kč)*

Drobný hmotný majetek	ks	Cena za ks	Celkem	Odpisy za 1. rok	Odpisy za 2. rok
Sodobar	1	21 800	21 800	10 900	10 900
Výrobek ledu	1	38 100	38 100	19 050	19 050
Nerezové pracovní stoly	4	6 250	25 000	12 500	12 500
Stolní teplá vitrína	2	17 480	34 960	17 480	17 480
Truhlicové mrazničky	3	22 000	66 000	33 000	33 000
Mikrovláknová trouba	3	20 000	60 000	30 000	30 000
Nerezový mixér na zmrzlinu	2	15 000	30 000	15 000	15 000
LCD monitor pro objednávky	6	10 000	60 000	30 000	30 000
Jídelní stoly	40	3 750	150 000	75 000	75 000
Židle	80	1 500	120 000	60 000	60 000
Pohovky	10	7 000	70 000	35 000	35 000
Prodejní pult	1	20 000	20 000	10 000	10 000
Dekorace interiéru restaurace	-	300 000	300 000	150 000	150 000
Dekorace interiéru	-	400 000	400 000	200 000	200 000
Ozvučný systém	-	150 000	150 000	75 000	75 000
CELKEM	-	1 032 880	1 545 860	772 930	772 930

Odpisy dlouhodobého nehmotného majetku

Dlouhodobý nehmotný majetek je tvořen franchisingovým poplatkem ve výši 900 000 Kč. Franchisingová smlouva se společností McDonlad's bude uzavřena dne 2. 7. 2013. Odpisy začnou následující měsíc po uzavření smlouvy.

$$\text{Počet měsíců odepisování} = 20 \times 12 = 240$$

$$\text{Měsíční odpis} = \frac{900\,000}{240} = 3750 \text{ Kč}$$

$$\text{Odpis v prvním roce} = 5 \times 3750 = 18\,750 \text{ Kč}$$

Odpisy v dalších letech = 12 x 3 750 = **45 000 Kč**

Odpisy v prvním roce budou ve výši 18 750 Kč v následujících letech 45 000 Kč.

Splátky úvěru

Úvěr bude poskytnut na dobu 4 let ve výši 11 700 000 Kč. Úroková míra je 7 % p. a.. Splácet se bude pololetně a počet celkových splátek bude 8. První splátka úvěru bude 31. 12. 2013 včetně úroku ve výši 1 702 076,76 Kč.

Tab. 15 Splátkový kalendář úvěru

č. splátky	Splátka celkem	Úrok	z toho spl. úv.	Dlužná částka
				11 700 000,00
1	1 702 076,76	409 500,00	1 292 576,76	10 407 423,24
Rok 2013		409 500,00	1 292 576,76	
2	1 702 076,76	364 259,81	1 337 816,95	9 069 606,29
3	1 702 076,76	317 436,22	1 384 640,54	7 684 965,75
Rok 2014		681 696,03	2 722 457,49	
4	1 702 076,76	268 973,80	1 433 102,96	6 251 862,79
5	1 702 076,76	218 815,20	1 483 261,56	4 768 601,23
Rok 2015		487 789,00	2 916 364,52	
6	1 702 076,76	166 901,04	1 535 175,72	3 233 425,51
7	1 702 076,76	113 169,89	1 588 906,87	1 644 518,64
Rok 2016		280 070,93	3 124 082,59	
8	1 702 076,76	57 558,15	1 644 518,64	0,00
Rok 2017		57 558,15	1 644 518,64	
CELKEM	13 616 614,08	1 916 614,11	11 700 000,00	0,00

4.10.3 Plán tržeb pro rok 2013

Tržby restaurace budou vznikat z prodeje pokrmů a nápojů, které restaurace nabízí. Plán tržeb (Tab. 16) je tvořen ve třech variantách: pesimistické, realistické a optimistické. Každá z variant počítá s jiným množstvím prodaných pokrmů, proto každá varianta obsahuje jiné údaje o tržbách.

Tab. 16 Tržby z prodeje v roce 2013 (v Kč)

	Rok 2013		
	Pesimistická varianta	Reálná varianta	Optimistická varianta
Za měsíc	1 607 000	2 820 000	4 033 000
Za čtvrtletí	4 821 000	8 460 000	12 099 000
Za rok 2013	9 642 000	16 920 000	24 198 000

4.10.4 Plánovaný výkaz zisků a ztrát v roce 2013

V tabulce (Tab. 17) je vyobrazen výkaz zisků a ztrát pro první rok 2013, kdy bylo zahájeno podnikání. Na základě výše uvedených předpokladů celkových nákladů a celkových tržeb restaurace. Jelikož se začne podnikat 1. 7. 2013, nejedná se o výkaz zisků a ztrát pro celý rok 2013, ale pouze pro druhé pololetí. Z uvedených tabulek vyplývá, že podle pesimistické varianty bude první rok ztrátový a dle realistické a optimistické varianty bude vykazován zisk.

Tab. 17 Výkaz zisků a ztrát pro rok 2013 (v Kč)

Výkaz zisků a ztrát pro rok 2013			
Varianta	Pesimistická	Realistická	Optimistická
Celkové tržby	9 642 000	16 920 000	24 198 000
Celkové náklady	11 778 854	11 778 854	11 778 854
<i>Z toho:</i>			
<i>Vstupní náklady</i>	701 000	701 000	701 000
<i>Provozní náklady</i>	9 638 821	9 638 821	9 638 821
<i>Odpisy</i>	1 029 533	1 029 533	1 029 533
<i>Úroky</i>	409 500	409 500	409 500
Hospodářský výsledek před zdaněním	- 2 136 854	5 141 146	12 419 146
<i>Základ daně z příjmů</i>	- 2 136 800	5 141 100	12 419 100
<i>Daň z příjmů (15 %)</i>	0	771 165	1 862 862
Hospodářský výsledek po zdanění	- 2 136 854	4 369 981	10 556 281

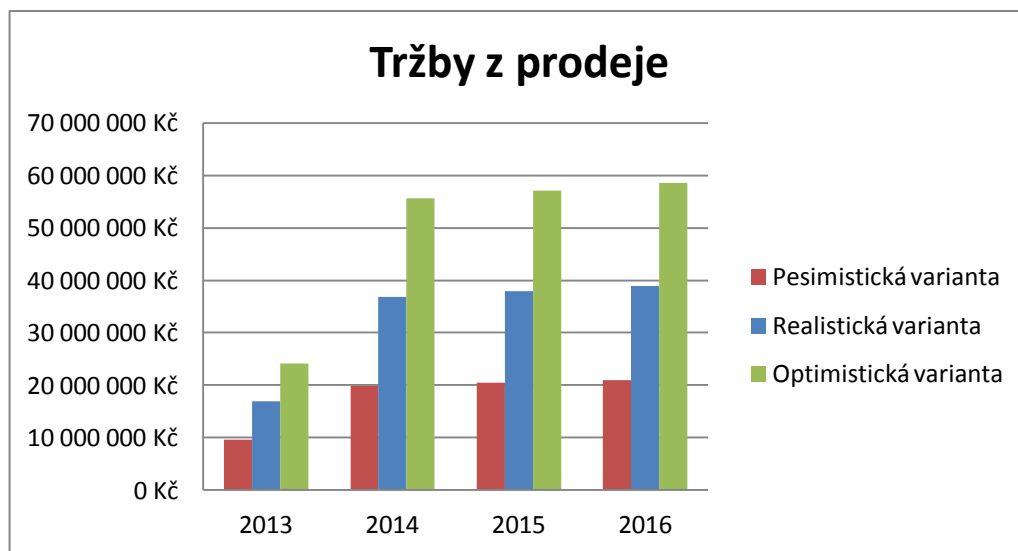
4.10.5 Plán tržeb v následujících letech

Plán tržeb pro následující roky bude zase předpokládán v pesimistické, realistické a optimistické variantě. Pesimistická varianta předpokládá, že tržby restaurace budou stoupat pomalu, realistická varianta předpokládá, že tržby budou stoupat rychleji. U optimistické varianty je nárůst tržeb předpokládán nejvyšší rychlostí. V následující tabulce (Tab. 18) je znázorněn odhad tržeb pro roky 2014 – 2016 ve všech třech variantách.

Tab. 18 Tržby z prodeje v následujících letech (v Kč)

Varianta		Nárůst výnosu	Celkové tržby		
			za měsíc	za čtvrtletí	za rok
Pesimistická varianta					
Rok	2014	3%	1 655 210	4 965 630	19 862 520
	2015	6%	1 703 420	5 110 260	20 441 040
	2016	9%	1 751 630	5 254 890	21 019 560
Realistická varianta					
Rok	2014	9%	3 073 800	9 221 400	36 885 600
	2015	12%	3 158 400	9 475 200	37 900 800
	2016	15%	3 243 000	9 729 000	38 916 000
Optimistická varianta					
Rok	2014	15%	4 637 950	13 913 850	55 655 400
	2015	18%	4 758 940	14 276 820	57 107 280
	2016	21%	4 879 930	14 639 790	58 559 160

Obrázek (Obr. 4) znázorňuje grafické srovnání vývoje tržeb restaurace v jednotlivých variantách. Tržby pro rok 2013 jsou pouze za dvě čtvrtletí z důvodu otevření restaurace až v druhém pololetí. Z tohoto důvodu jsou tržby pro rok 2013 nižší než v následujících letech.



Obr. 4 Srovnání vývoje tržeb v jednotlivých variantách

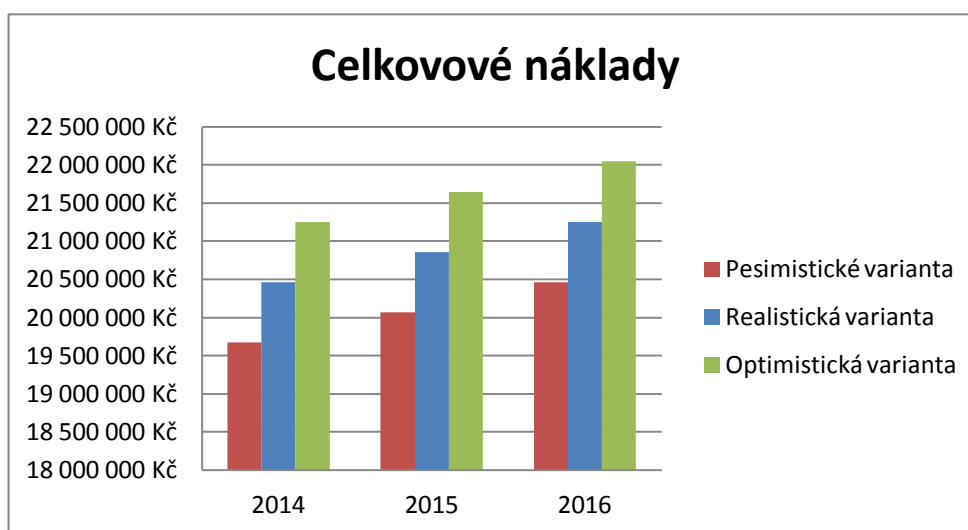
4.10.6 Plán nákladů v dalších letech

Fixní provozní náklady v následujících letech zůstávají bez většího navýšení. Variabilní provozní náklady se budou měnit s růstem tržeb z prodeje. Předpoklad stanovených nákladů je rozepsán v tabulce (Tab. 19), která znázorňuje nárůst variabilních nákladů pro roky 2014 - 2016 v jednotlivých variantách. Celkové náklady restaurace představují součet variabilních nákladů a fixních nákladů.

Tab. 19 Náklady restaurace v následujících letech (v Kč)

Varianta	Nárůst nákladů	Variabilní náklady			Fixní náklady	Celkové náklady	
		za měsíc	za čtvrtletí	za rok	za rok		
Pesimistické varianta							
Rok	2014	3%	1 131 420	3 394 260	13 577 040	6 096 140	19 673 180
	2015	6%	1 164 374	3 493 122	13 972 488	6 096 140	20 068 628
	2016	9%	1 197 328	3 591 984	14 367 936	6 096 140	20 464 076
Realistická varianta							
Rok	2014	9%	1 197 328	3 591 984	14 367 936	6 096 140	20 464 076
	2015	12%	1 230 282	3 690 846	14 763 384	6 096 140	20 859 524
	2016	15%	1 263 236	3 789 708	15 158 832	6 096 140	21 254 972
Optimistická varianta							
Rok	2014	15%	1 263 236	3 789 708	15 158 832	6 096 140	21 254 972
	2015	18%	1 296 190	3 888 570	15 554 280	6 096 140	21 650 420
	2016	21%	1 329 144	3 987 432	15 949 728	6 096 140	22 045 868

V obrázku (Obr. 5) je zobrazena pesimistická, realistická a optimistická variantu nákladů restaurace. Velikost nákladů závisí na výši tržeb, čím vyšší jsou tržby, tím větší jsou variabilní náklady.



Obr. 5 Srovnání vývoje nákladů v jednotlivých variantách

4.10.7 Plánovaný výkaz zisků a ztrát v následujících letech

Plán zisků a ztrát je sestaven na základě očekávaných celkových tržeb a nákladů. Získaný zisk bude představovat příjmy podniku, případné odměny pro zaměstnance nebo bude využit jako investice do restaurace např. do vybudování McCafé.

Pesimistická varianta

V následující tabulce (Tab. 20) je rozepsána pesimistická varianta výkazu zisků a ztrát restaurace v letech 2013 až 2016 na základě výše uvedených odhadů tržeb a nákladů. Tržby a náklady v roce 2013 jsou pouze za druhé pololetí. Podle níže uvedeného výkazu zisků a ztrát bude restaurace vytvářet zisk až v roce 2017. Pokud by tato varianta nastala, musela by se restaurace snížit své náklady na co nejnižší hodnotu.

Tab. 20 Výkaz zisků a ztrát v následujících letech (v Kč) – pesimistická varianta

Výkaz zisků a ztrát v dalších letech (v Kč) – pesimistická varianta				
Rok	2013	2014	2015	2016
Celkové tržby	9 642 000	19 862 520	20 441 040	21 019 560
Celkové náklady	11 778 854	21 652 988	21 081 602	21 269 329
<i>Z toho:</i>				
<i>Vstupní náklady</i>	701 000	-	-	-
<i>Provozní náklady</i>	9 638 821	19 673 180	20 068 628	18 707 076
<i>Odpisy</i>	1 029 533	1 298 112	525 182	525 182
<i>Úroky</i>	409 500	681 696	487 792	280 071
Hospodářský výsledek před zdaněním	- 2 136 854	- 1 790 468	- 604 562	- 249 769
<i>Základ daně z příjmů</i>	0	0	0	0
<i>Daň z příjmů (15 %)</i>	0	0	0	0
Hospodářský výsledek po zdanění	- 2 136 854	- 1 790 468	- 604 562	- 249 769

Realistická varianta

V tabulce (Tab. 21) je rozepsána realistická varianta výkazu zisků a ztrát restaurace v letech 2013 až 2016 na základě výše uvedených tržeb a nákladů. Údaje v roce 2013 jsou pouze za druhé pololetí. Z realistické varianty vyplývá, že restaurace vykazuje zisky již v prvním roce, kdy byla otevřena.

Tab. 21 Výkaz zisků a ztrát v následujících letech (v Kč) – realistická varianta

Výkaz zisků a ztrát v dalších letech (v Kč) – realistická varianta				
Rok	2013	2014	2015	2016
Celkové tržby	16 920 000	36 885 600	37 900 800	38 916 000
Celkové náklady	11 778 854	22 443 884	21 872 498	22 060 225
<i>Z toho:</i>				
<i>Vstupní náklady</i>	701 000	-	-	-
<i>Provozní náklady</i>	9 638 821	20 464 076	20 859 524	21 254 972
<i>Odpisy</i>	1 029 533	1 298 112	525 182	525 182
<i>Úroky</i>	409 500	681 696	487 792	280 071
Hospodářský výsledek před zdaněním	5 141 146	14 441 716	16 028 302	16 855 775
<i>Základ daně z příjmů</i>	5 141 100	14 417 000	16 028 300	16 855 700
<i>Daň z příjmů (15 %)</i>	771 165	2 162 550	2 404 245	2 528 355
Hospodářský výsledek po zdanění	4 369 981	12 279 166	13 624 057	14 327 420

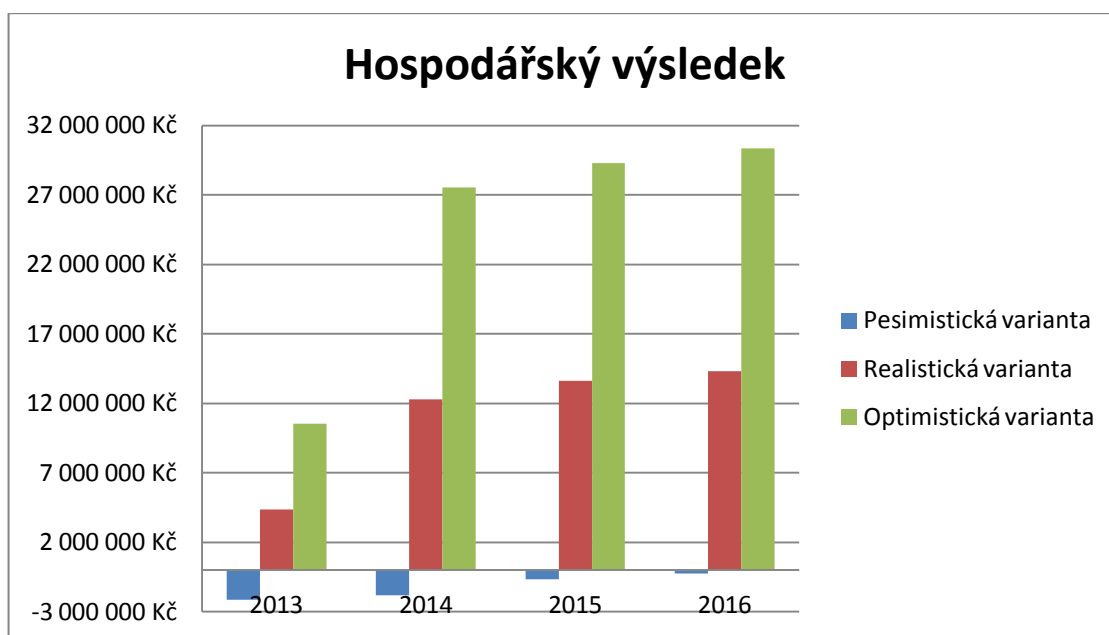
Optimistická varianta

V tabulce (Tab. 22) je vypočítán výkaz zisků ztrát restaurace pro optimistickou variantu v letech 2013 až 2016. Údaje pro rok 2013 jsou pouze za druhé pololetí. Z optimistické varianty plyne, že restaurace je zisková již od roku 2013.

Tab. 22 Výkaz zisků a ztrát v následujících letech (v Kč) – optimistická varianta

Výkaz zisků a ztrát v dalších letech (v Kč) – optimistická varianta				
Rok	2013	2014	2015	2016
Celkové tržby	24 198 000	55 655 400	57 107 280	58 559 160
Celkové náklady	11 778 854	23 234 780	22 663 394	42 036 089
<i>Z toho:</i>				
<i>Vstupní náklady</i>	701 000	-	-	-
<i>Provozní náklady</i>	9 638 821	21 254 972	21 650 420	22 045 868
<i>Odpisy</i>	1 029 533	1 298 112	525 182	525 182
<i>Úroky</i>	409 500	681 696	487 792	280 071
Hospodářský výsledek před zdaněním	12 419 146	32 420 620	34 443 886	37 708 039
<i>Základ daně z příjmů</i>	12 419 100	32 420 600	34 443 800	35 708 000
<i>Daň z příjmů (15 %)</i>	1 862 862	4 863 090	5 166 570	5 356 200
Hospodářský výsledek po zdanění	10 556 281	27 557 530	29 277 316	30 351 839

Na obrázku (Obr. 6) je graficky znázorněn hospodářský výsledek po zdanění v jednotlivých variantách vývoje restaurace. Z obrázku vyplývá, že zisky pesimistické varianty se v prvních čtyřech letech od otevření restaurace pohybují v záporné části. To znamená, že je restaurace ztrátová. Naopak realistická a optimistická varianta vykazuje zisk restaurace již od roku 2013.



Obr. 6 Srovnání vývoje hospodářského výsledku v jednotlivých variantách

4.10.8 Cash flow

V tabulkách (Tab. 23, Tab. 24, Tab. 25) je rozepsán plánovaný finanční tok prostředků (Cash flow) pro pesimistickou, realistickou a optimistickou variantu vývoje restaurace. Počáteční stav finančních prostředků ve všech třech variantách je 19 200 000 Kč, ze kterých bude při zahájení činnosti zaplacená vratná kauce, dlouhodobý hmotný majetek, drobný majetek a dlouhodobý nehmotný majetek. Z tohoto důvodu je nutné si z počátečního stavu odečíst celkem 5 684 160 Kč, čímž nám zůstane 13 516 840 Kč.

Pesimistická varianta se domnívá, že v letech 2013 až 2016 bude restaurace ve ztrátě. Tuto ztrátu by musela restaurace kompenzovat peněžním zůstatkem z účtu. Restaurace se dostane do zisku teprve v roce 2017.

Tab. 23 Cash flow v letech 2013 až 2016 – pesimistická varianta

CASH FLOW	2013	2013	2013	2014	2015	2016
	Q3	Q4				
Počáteční stav	19 200 000	13 518 452	19 200 000	11 817 942	4 275 205	2 945 540
Příjmy	4 821 000	4 821 000	9 642 000	19 862 520	20 441 040	21 019 560
<i>Tržby</i>	<i>4 821 000</i>	<i>4 821 000</i>	<i>9 642 000</i>	<i>19 862 520</i>	<i>20 441 040</i>	<i>21 019 560</i>
Výdaje	10 502 548	6 521 510	17 024 058	27 405 257	21 770 705	22 166 153
<i>Vstupní</i>	<i>5 683 160</i>	-	<i>5 683 160</i>	-	-	-
<i>Provozní</i>	<i>3 814 388</i>	<i>3 311 933</i>	<i>7 126 321</i>	<i>19 673 180</i>	<i>14 038 628</i>	<i>14 434 076</i>
<i>Mzdy</i>	<i>1 005 000</i>	<i>1 507 500</i>	<i>2 512 500</i>	<i>6 030 000</i>	<i>6 030 000</i>	<i>6 030 000</i>
<i>Spl. úvěru</i>	-	<i>1 702 077</i>	<i>1 702 077</i>	<i>1 702 077</i>	<i>1 702 077</i>	<i>1 702 077</i>
Daň	0	0	0	0	0	160 515
Hotovostní tok	-5 681 548	-1 700 510	-7 382 058	-7 542 737	-1 329 665	-1 307 108
Konečný stav	13 518 452	11 817 942	11 817 942	4 275 205	2 945 540	1 638 432

Realistická varianta nám ukazuje, že restaurace ji již od prvního roku výdělečná.

Tab. 24 Cash flow v letech 2013 až 2016 – realistická varianta

CASH FLOW	2013	2013	2013	2014	2015	2016
	Q3	Q4				
Počáteční stav	19 200 000	17 157 452	19 200 000	19 095 942	33 044 224	47 381 573
Příjmy	8 460 000	8 460 000	16 920 000	36 885 600	37 900 800	38 916 000
<i>Tržby</i>	<i>8 460 000</i>	<i>8 460 000</i>	<i>16 920 000</i>	<i>36 885 600</i>	<i>37 900 800</i>	<i>38 916 000</i>
Výdaje	10 502 548	6 521 510	17 024 058	22 166 153	22 561 601	22 957 049
<i>Vstupní</i>	<i>5 683 160</i>	-	<i>5 683 160</i>	-	-	-
<i>Provozní</i>	<i>3 814 388</i>	<i>3 311 933</i>	<i>7 126 321</i>	<i>14 434 076</i>	<i>14 829 524</i>	<i>15 224 972</i>

<i>Mzdy</i>	1 005 000	1 507 500	2 512 500	6 030 000	6 030 000	6 030 000
<i>Spl. úvěru</i>	-	1 702 077	1 702 077	1 702 077	1 702 077	1 702 077
Daň	-	0	0	771 165	1 001 850	1 207 800
Hotovostní tok	-2 042 548	1 938 490	-104 058	13 948 282	14 337 349	14 751 151
Konečný stav	17 157 452	19 095 942	19 095 942	33 044 224	47 381 573	62 132 724

Optimistická varianta se domnívá, že ve všech letech budeme mít k dispozici dostatek finančních prostředků, které k chodu restaurace potřebujeme.

Tab. 25 Cash flow v letech 2013 až 2016 – optimistická varianta

CASH FLOW	2013	2013	2013	2014	2015	2016
	Q3	Q4				
Počáteční stav	19 200 000	20 796 452	19 200 000	26 373 942	51 480 928	83 107 661
Příjmy	12 099 000	12 099 000	24 198 000	55 655 400	57 107 280	58 559 160
<i>Tržby</i>	12 099 000	12 099 000	24 198 000	55 655 400	57 107 280	58 559 160
Výdaje	10 502 548	6 521 510	17 024 058	28 685 552	23 352 497	23 747 945
<i>Vstupní</i>	5 683 160	-	5 683 160	-	-	-
<i>Provozní</i>	3 814 388	3 311 933	7 126 321	19 552 895	14 219 840	14 615 288
<i>Mzdy</i>	1 005 000	1 507 500	2 512 500	7 430 580	7 430 580	7 430 580
<i>Spl. úvěru</i>	-	1 702 077	1 702 077	1 702 077	1 702 077	1 702 077
Daň	-	0	0	1 862 862	2 128 050	2 360 175
Hotovostní tok	1 596 452	5 577 490	7 173 942	25 106 986	31 626 733	32 451 040
Konečný stav	20 796 452	26 373 942	26 373 942	51 480 928	83 107 661	115 558 701

ZÁVĚR

V teoretické části jsem se zaměřil na základní pojmy spojené se založením podniku, jako jsou podnikání, podnikatel, podnik. Dále jsem se zabýval právními formami podnikání a vysvětlením pojmů pro podnikání formou na základě franchisingové smlouvy. V další části jsem se zabýval teoretickými základy pro zpracování podnikatelského plánu.

Každý podnikatel má určité představy o tom, co by chtěl potenciálním zákazníkům nabídnout. Je nutné, aby tyto představy byly sepsané tak, aby tvořily jeden celek a to podnikatelský plán. Cílem každého podnikatele je dosažení maximálního zisku, jinak význam podnikání ztrácí smysl. K dosažení tohoto cíle si musí podnikatel ujasnit, jakou strategii zvolí, s kvalitně vypracovaným podnikatelským plánem má podnikatel větší šanci uspět na trhu.

Cílem této bakalářské práce bylo vytvoření podnikatelského plánu na založení nového podniku v České republice. V tomto případě se konkrétně jednalo o založení restaurace McDonald's ve městě Prostějov. Forma podnikání zde byla zvolena formou živnosti v oboru hostinství a podepsáním franchisingové smlouvy se společností McDonald's s.r.o. pro Českou republiku. V nově zřízené restauraci budou zákazníkům nabízeny sendviče vyráběné dle receptury a postupů McDonald's. Díky kvalitnímu servisu se do restaurace budou zákazníci jistě s radostí vracet. U restaurace bude zřízen McDrive, který ocení především hladoví řidiči na cestách. V letním období bude u restaurace otevřena zahrádka s dětským hřištěm, které si zamilují především nejmenší návštěvníci.

Praktické část bakalářské práce popisuje podnikatelský záměr, konkurenci, nabízené produkty, organizační členění firmy, hodnocení rizik spojených s provozem restaurace a hlavně finanční plán. Ve finančním plánu je rozepsána zahajovací rozvaha, plánované tržby a výdaje, výkazy zisků a ztrát, tok finančních prostředků. Na základě vypracovaného podnikatelského plánu jsem zjistil, že můj podnikatelský záměr je zcela reálný a restaurace bude mít šanci se udržet na trhu, tak aby vykazovala zisky a měla úspěch mezi zákazníky.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie:

- [1] ČUJAN, Zdeněk. *Projektování logistických systémů*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2010. 152 s. ISBN 978-80-7318-949-5.
- [2] DRÁBKOVÁ, Renata, ZUBÍKOVÁ, Zdeňka. *Maturita – společenské vědy*. 1. vyd. Praha: FRAGMENT, 2007. 104 s. ISBN 80-253-0050-1.
- [3] KORÁB, Vojtěch, ŘEŽŇÁKOVÁ, Mária, PETERKA, Jiří. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [4] SRPOVÁ, Jitka, et. al. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 242 s. ISBN 978-80-245-1263-1.
- [5] SRPOVÁ, Jitka, ŘEHOŘ, Václav, a kolektiv. *Základy podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2010. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- [6] STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007. 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
- [7] STRUCK, Uwe. *Přesvědčivý podnikatelský plán*, 1. vyd. Praha: Management Press 1992. 136 s. ISBN 80-85603-12-8
- [8] ŠVARCOVÁ, Jana a kolektiv. *Ekonomie – stručný přehled*. 1. vyd. Zlín: CEED, 2004. 295 s. ISBN 80-902552-9-9.
- [9] VEBER, Jaromír, SROPÁ, Jitka, a kolektiv. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. aktualizované a rozšířené vyd. Praha: Grada Publishing, a. s., 2008. 320 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
- [10] VESELÝ, Ivo, *Zpracováváme podnikatelský plán*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita, 2000. 78 s. ISBN 80-7248-079-0.

Zákon:

[11] *ÚZ obchodní zákoník se změnami k 1. 1. 2012*. Ostrava: Sagit, 2012. 351 s.

ISBN 978-80-7208-684-9

[12] *ÚZ zákoník práce se změnami k 1. 1. 2012*. Ostrava: Sagit, 2012. 351 s.

ISBN 978-80-7208-684-9

[13] *Živnostenský zákon se změnami k 1. 1. 2012*. Ostrava: Sagit, 2012. 351 s.

ISBN 978-80-7208-684-9

Internetové zdroje:

[14] *McDonald's v České republice* [online]. [cit. 2012-11-21]. Informační brožura o franchizingu. Dostupné z WWW: < <http://www.mcdonalds.cz/file/cs/o-mcdonalds/fransizing-informacni-brozura.pdf> >

[15] *Česká asociace franchizingu* [online]. [cit. 2012-11-21]. Dostupné z WWW: < <http://www.czech-franchise.cz/franchising/financovani-franchisingu> >

[16] *Svaz obchodu a cestovního ruchu* [online]. [cit. 2012-11-21]. Dostupné z WWW: < http://www.socr.cz/assets/aktivity/informacni-misto-pro-podnikatele/34_info_brozura_o_franchisingu.pdf >

[17] VESELÝ, Ivo, *Založení firmy – Podnikatelský plán* [online]. 2007 [cit. 2011-02-27] Dostupné z WWW: <http://web.flkr.utb.cz/cs/docs/VESELY,_I._Zalozeni_filmy_-_Podnikatelsky_plan.pdf>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Q.S.C. & V Quality - kvalita, Service - služby, Cleanliness - čistota, Value - hodnota.

Q3 3. čtvrtletí

Q4 4. čtvrtletí

ISIC mezinárodní identifikační průkazů studentů

ČR Česká republika

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1 Logo podniku</i>	<i>28</i>
<i>Obr. 2 Mapa Nákupního parku Prostějov</i>	<i>40</i>
<i>Obr. 3 Vymezení trhu.....</i>	<i>41</i>
<i>Obr. 4 Srovnání vývoje tržeb v jednotlivých variantách</i>	<i>55</i>
<i>Obr. 5 Srovnání vývoje nákladů v jednotlivých variantách.....</i>	<i>56</i>
<i>Obr. 6 Srovnání vývoje hospodářského výsledku v jednotlivých variantách.....</i>	<i>59</i>

SEZNAM TABULEK

<i>Tab. 1 Dodavatelé materiálního zabezpečení</i>	34
<i>Tab. 2 Výpočet mzdy zaměstnance (v Kč)</i>	38
<i>Tab. 3 Rozvržení pracovní doby</i>	39
<i>Tab. 4 Mzdové náklady pro rok 2013 (v Kč)</i>	39
<i>Tab. 5 Srovnání restaurací s McDonald's v České republice</i>	43
<i>Tab. 6 Srovnání produktů restaurací (v Kč)</i>	43
<i>Tab. 7 Počet obyvatel v Obcích ČR k 1. 1. 2012</i>	44
<i>Tab. 8 SWOT analýza</i>	47
<i>Tab. 9 Rozvaha (v Kč)</i>	49
<i>Tab. 10 Počáteční vstupní náklady (v Kč)</i>	49
<i>Tab. 11 Provozní náklady variabilní pro rok 2013 (v Kč)</i>	50
<i>Tab. 12 Provozní náklady fixní pro rok 2013 (v Kč)</i>	50
<i>Tab. 13 Odpisy dlouhodobého hmotného majetku (v Kč)</i>	51
<i>Tab. 14 Odpisy drobného hmotného majetku (v Kč)</i>	52
<i>Tab. 15 Splátkový kalendář úvěru</i>	53
<i>Tab. 16 Tržby z prodeje v roce 2013 (v Kč)</i>	54
<i>Tab. 17 Výkaz zisků a ztrát pro rok 2013 (v Kč)</i>	54
<i>Tab. 18 Tržby z prodeje v následujících letech (v Kč)</i>	55
<i>Tab. 19 Náklady restaurace v následujících letech (v Kč)</i>	56
<i>Tab. 20 Výkaz zisků a ztrát v následujících letech (v Kč) – pesimistická varianta</i>	57
<i>Tab. 21 Výkaz zisků a ztrát v následujících letech (v Kč) – realistická varianta</i>	58
<i>Tab. 22 Výkaz zisků a ztrát v následujících letech (v Kč) – optimistická varianta</i>	58
<i>Tab. 23 Cash flow v letech 2013 až 2016 – pesimistická varianta</i>	60
<i>Tab. 24 Cash flow v letech 2013 až 2016 – realistická varianta</i>	60
<i>Tab. 25 Cash flow v letech 2013 až 2016 – optimistická varianta</i>	61

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Dotazník
- P II Grafické výsledky dotazníku
- P III Ceník

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK SURVIO

Dobrý den,

studuji na UTB v Uherském Hradišti a v rámci realizace bakalářské práce na téma Podnikatelský plán na založení nového podniku bych potřeboval zjistit pár informací. Zakládám restauraci formou franchisingové smlouvy. Tímto dotazníkem bych si Vás dovolil poprosit o spolupráci a o vyplnění níže uvedených 6 otázek.

Předem Vám moc děkuji.

1. Jaké je Vaše pohlaví?

Muž/ Žena

2. Jaký je Váš věk?

(do 15 let) (15-18 let) (19-26 let) (27-35 let) (36-40 let) (více jak 40 let)

3. Jakou restauraci by jste uvítali ve městě Prostějov?

(McDonald's) (KFC) (Burger King) (Jiný)

4. Jak často by jste navštěvovali restauraci McDonald's?

(jednou za čas) (1x týdně) (1x měsíčně) (vícekrát týdně) (vícekrát měsíčně)

5. Jaká bývá Vaše útrata v restauracích McDonald's ?

(do 100 Kč) (100 - 200 Kč) (200 - 300 Kč) (nad 300 Kč)

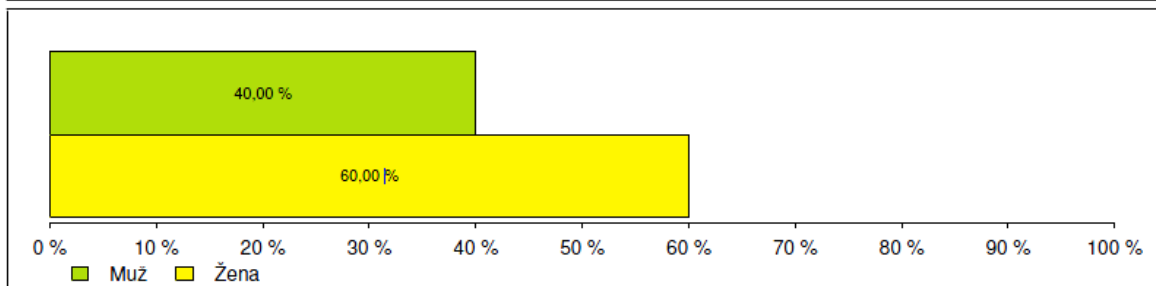
6. Uvítali by jste restauraci McDonald's v Prostějově?

Ano/ Ne/ Nevím

PŘÍLOHA P II: GRAFICKÉ VÝSLEDKY DOTAZNÍKU

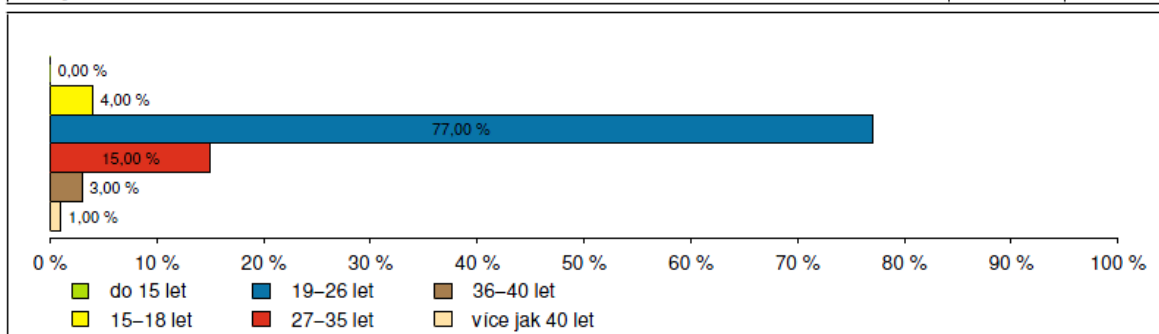
1. Jaké je Vaše pohlaví?

Odpověď	Odpovědi	Podíl
Muž	120	40,00 %
Žena	180	60,00 %



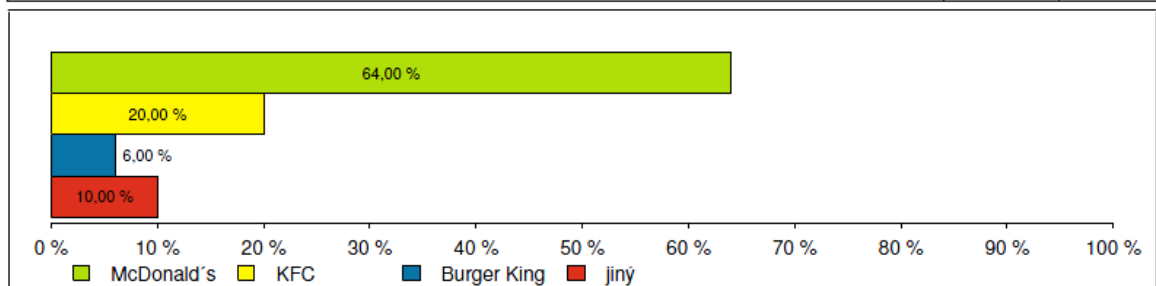
2. Jaký je Váš věk?

Odpověď	Odpovědi	Podíl
do 15 let	0	0,00 %
15-18 let	12	4,00 %
19-26 let	231	77,00 %
27-35 let	45	15,00 %
36-40 let	9	3,00 %
více jak 40 let	3	1,00 %



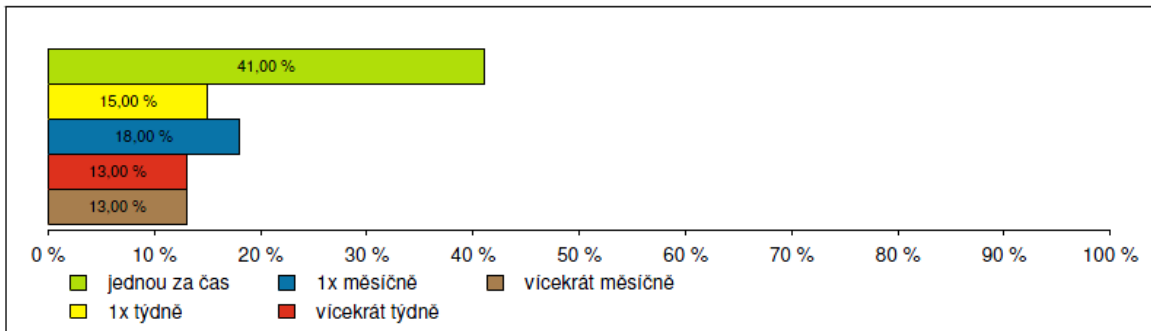
3. Jaký fastfood by jste uvítali ve městě Prostějov?

Odpověď	Odpovědi	Podíl
McDonalds	192	64,00 %
KFC	60	20,00 %
Burger King	18	6,00 %
jiný	10	10,00 %



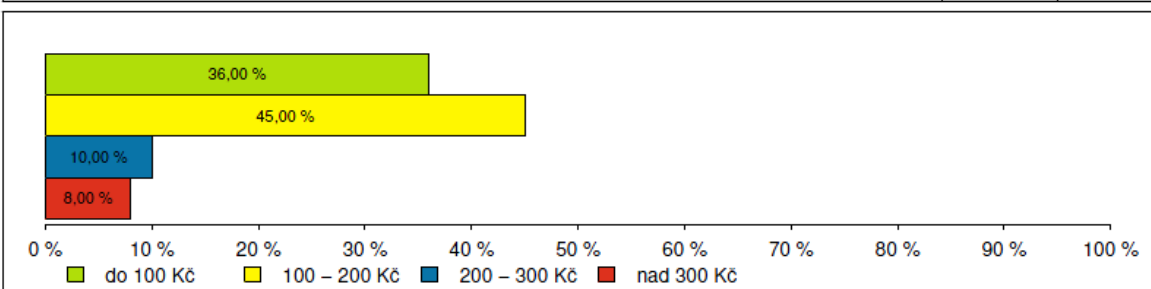
4. Jak často by jste navštěvovali restauraci McDonalds?

Odpověď	Odpovědi	Podíl
jednou za čas	123	41,00 %
1x týdně	45	15,00 %
1x měsíčně	54	18,00 %
vícekrát týdně	39	13,00 %
vícekrát měsíčně	39	13,00 %



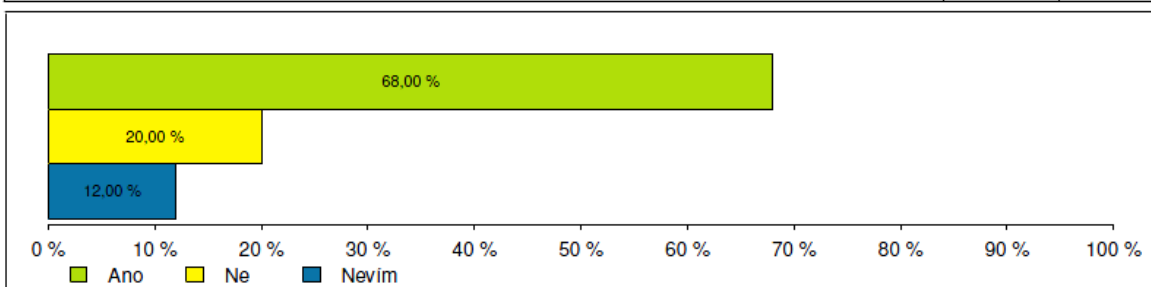
5. Jaká bývá Vaše útrata v restauracích McDonalds ?

Odpověď	Odpovědi	Podíl
do 100 Kč	108	36,36 %
100 - 200 Kč	135	45,45 %
200 - 300 Kč	30	10,10 %
nad 300 Kč	24	8,08 %



7. Uvítali byste restauraci McDonalds v Prostějově?

Odpověď	Odpovědi	Podíl
Ano	204	68,00 %
Ne	60	20,00 %
Nevím	36	12,00 %



PŘÍLOHA P III: CENÍK

McDonald's® nabízí



Snídaně do 10:30

McMuffin™ s vajíčkem menu	60,-
McMuffin™ 120 g	35,-
Vepřový McMuffin™ s vajíčkem menu	70,-
McMuffin™ 160 g	45,-
McMuffin™ s vajíčkem a slaninou menu	70,-
McMuffin™ 125 g	45,-
Vepřový McMuffin™ Fresh menu	70,-
McMuffin™ 140 g	45,-
Kuřecí McMuffin™ Fresh menu	70,-
McMuffin™ 175 g	45,-
Toast se šunkou a sýrem menu	60,-
Toast 90 g	30,-
Toast se slaninou a sýrem menu	60,-
Toast 85 g	35,-
Toast se sýrem menu	60,-
Toast 70 g	20,-
Míchaná vajíčka se šunkou (sýrem), slaný muffin menu	80,-
Míchaná vajíčka se šunkou (sýrem) 200 g / 205 g	55,-
Burger de Luxe s omeletou menu	80,-
Burger de Luxe s omeletou 185 g	55,-
(Menu = McMuffin™ nebo míchaná vajíčka se šunkou nebo Burger + Hash Brown + káva nebo čaj nebo horká čokoláda nebo malý džus 0,25 l)	
Vajíčkový Snack Wrap™ menu	50,-
Vajíčkový Snack Wrap™ 110 g	35,-
(Menu = Snack Wrap™ + káva nebo čaj nebo horká čokoláda nebo malý džus 0,25 l)	
Croissant menu (croissant + cappuccino)	40,-
Croissant 50 g (s džemem nebo Nutellou)	30,-
Happy Meal™	79,-
(McMuffin™ s vajíčkem nebo toast se šunkou a sýrem nebo Jogurt s ovocem a BeBe + malé hranolky nebo Hash Brown nebo zahradní salát nebo ovocný kelímeček + horká čokoláda 0,2 l nebo čaj 0,3 l nebo mléko 0,25 l nebo pomerančový džus 0,25 l nebo jablečný džus 0,2 l nebo malý syčený nápoj 0,25 l nebo Vittel 0,5 l + hračka)	
Hash Brown – bramborová placička 55 g	20,-
Slaný muffin 58 g	15,-
Džem nebo Nutella 25 g / 30 g	8,-



Horké nápoje

Espresso 0,05 l	22,-
Káva 0,2 l	22,-
Cappuccino 0,2 l	35,-
Ledová káva 0,3 l	40,-
Café Latte 0,3 l	40,-
Café Latte Vanilla 0,3 l (s vanilkovou příchutí)	40,-
Café Latte Nuts 0,3 l (s oříškovou příchutí)	40,-
Horká čokoláda 0,2 l	30,-
Čaj 0,3 l	30,-



Hranolky

Velké 130 g	40,-
Střední 92 g	35,-
Malé 65 g	30,-



Nabídka 10:30

Big Mac™ McMenu™	119,-
Sendvič 200 g	70,-
McChicken™ McMenu™	119,-
Sendvič 165 g	70,-
Royal™ McMenu™	119,-
Sendvič 180 g	70,-
Filet-O-Fish™ McMenu™	119,-
Sendvič 125 g	65,-
McCountry™ McMenu™	119,-
Sendvič 180 g	70,-
Chicken McNuggets™ McMenu™ (6 ks)	119,-
6 ks (95 g) + 1 omáčka	70,-
Chicken McNuggets™ McMenu™ (9 ks)	129,-
Chicken McNuggets™ Malé menu (9 ks)	119,-
9 ks (140 g) + 2 omáčky	80,-
Chicken McNuggets™ – smažené kuřecí kousky	
20 ks (320 g) + 3 omáčky	160,-
Big Tasty™ McMenu™	129,-
Big Tasty™ Malé menu	119,-
Sendvič 320 g	90,-
Big Tasty™ Bacon McMenu™	139,-
Big Tasty™ Bacon Malé menu	129,-
Sendvič 325 g	100,-
Crispy Chicken McWrap™ McMenu™	120,-
Crispy Chicken McWrap™ Malé menu	110,-
Crispy Chicken McWrap™ 250 g	79,-
Grilled Chicken McWrap™ McMenu™	120,-
Grilled Chicken McWrap™ Malé menu	110,-
Grilled Chicken McWrap™ 220 g	79,-
McMenu™ nebo Malé menu + hračka	+ 30,-
(McMenu™ = sendvič + velké hranolky nebo salát + velký nápoj 0,5 l)	
McBůček + střední hranolky	79,-
McBůček 185 g	65,-
McKřen + střední hranolky	79,-
McKřen 220 g	65,-
Malé menu – Big Mac™, McChicken™, Royal™, Filet-O-Fish™, McCountry™, Chicken McNuggets™ 6 ks	109,-
(sendvič + střední hranolky + střední nápoj 0,4 l)	
Cheeseburger (se sýrem) 110 g	20,-
Hamburger 100 g	20,-
Cheeseburger Fresh 120 g	30,-
Chickenburger Fresh 160 g	30,-
McDouble 140 g	35,-
McSmažák 150 g	30,-
Double Cheeseburger 150 g	50,-



Happy Meal™ od 10:30

79,-
(Hamburger nebo Cheeseburger nebo 4 ks Chicken McNuggets™ 60 g s omáčkou nebo Jogurt s ovocem a BeBe + malé hranolky nebo zahradní salát nebo ovocný kelímeček + malý syčený nápoj 0,25 l nebo čaj 0,3 l nebo horká čokoláda 0,2 l nebo mléko 0,25 l nebo pomerančový džus 0,25 l nebo jablečný džus 0,2 l nebo Vittel 0,5 l nebo Milk Shake 0,25 l + hračka)

Hračka samostatně

60,-



Omáčky a zálivky

Kečup / majonéza 10 ml	6,-
Omáčka k Chicken McNuggets™	8,-
(sladkokyselá / barbecue / kari / hořčicová) 25 ml	
Salátová zálivka	10,-
(sýrová / koktejlová / jogurtová) 50 ml	
(Caesar) 40 ml	
(olivová) 10 ml	
(balsamico) 5 ml	



McBox od 10:30

Pro dva – 20 ks Chicken McNuggets™ nebo 2x Big Mac™	119,-
2x velké hranolky a 2x velký nápoj	199,-
Pro rodinu – 20 ks Chicken McNuggets™ nebo 2x Big Mac™	119,-
2x velké hranolky, 2x velký nápoj a Happy Meal™	249,-
Pro partu – 20 ks Chicken McNuggets™ nebo 2x Big Mac™	119,-
4x Cheeseburger a 4x velké hranolky	299,-



Nápoje

Coca-Cola / Coca-Cola light / Fanta / Sprite / Coca-Cola Zero / Lipton Ice Tea Citron – s ledem	
velký 0,5 l	39,-
střední 0,4 l	30,-
malý 0,25 l	20,-
Pomerančový džus	
velký 0,5 l	40,-
střední 0,4 l	35,-
malý 0,25 l	30,-
Jablečný džus 0,2 l	30,-
Aquarel 0,5 l (perlivá voda)	37,-
Vittel 0,5 l (neperlivá voda)	37,-
Sodová voda 0,5 l	20,-
Mléko 0,25 l	35,-
Pižemský Prazdroj 0,33 l	35,-
Birell 0,33 l	35,-
Red Bull 0,25 l	45,-



Saláty od 10:30

Caesar salát – Grilled 270 g nebo Crispy Chicken 290 g	105,-
(cena včetně zálivky)	
Caesar salát menu – Grilled nebo Crispy Chicken	119,-
(Caesar salát – Grilled nebo Crispy Chicken + Aquarel nebo Vittel 0,5 l + zálivka)	
Kruťonky 14 g	10,-
Caprese salát (cena včetně zálivky) 190 g	80,-
Zahradní salát (cena včetně zálivky) 110 g	40,-



Dezerty

Ovocný kelímeček 80 g	30,-
Muffin 78 g	30,-
McDonut™ 50 g	30,-
Taštička (jablečná / sezonní) 80 g	20,-
Milk Shake – mléčný koktejl (jahodový / čokoládový / vanilkový)	
velký 0,5 l	40,-
střední 0,4 l	35,-
malý 0,25 l	25,-
McFlurry™ 148 g	40,-
McSundae™ – zmrzlínový pohár (jahodový / čokoládový / karamelový) 140 g	30,-
Zmrzlina v kornoutku 85 g	20,-
Jogurt s ovocem a BeBe 200 g	39,-

Pokrmu a nápoje podávané v restauraci jsou určeny k okamžité spotřebě bez skladování. Uvedené ceny jsou doporučené.