

Projekt podnikatelského záměru - založení restaurace

Bc. Ján Koščo

Diplomová práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav podnikové ekonomiky
akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Ján KOŠČO**
Osobní číslo: **M110502**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**

Téma práce: **Projekt podnikatelského záměru – založení restaurace**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Pomocí literární rešerše charakterizujte význam podnikatelského záměru.
- Popište analytické metody použité v diplomové práci.

II. Praktická část

- Analyzujte současný stav nabídky a poptávky restauračních služeb v dané lokalitě.
- Na základě analýz a průzkumu trhu sestavte projekt podnikatelského záměru – založení restaurace.

Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70 stran
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

FOTR, J. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2. dopl. vyd. Praha: Grada, 1999. 220 s. ISBN 80-7169-812-1.
HIRSCH, R. D. a M. P. PETERS. Založení a řízení nového podniku. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1996. 501 s. ISBN 80-85865-07-6.
KORÁB, V., J. PETERKA a M. REŽŇÁKOVÁ. Podnikatelský plán. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
MORRISON, A. M. Marketing pohostinství a cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.
STRUCK, U. Přesvědčivý podnikatelský plán. Praha: Management Press, 1992. 136 s. ISBN 80-85603-12-8.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.
Ústav podnikové ekonomiky
Datum zadání diplomové práce: 18. června 2012
Termín odevzdání diplomové práce: 13. srpna 2012

Ve Zlíně dne 18. června 2012


prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka




doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou 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);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

.....

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Cieľom tejto diplomovej práce je vypracovanie projektu na tému podnikateľský zámer založenia reštaurácie. Na základe teoretických poznatkov, a poznatkov získaných z praxe som sa snažil tento cieľ naplniť. Projekt pozostáva z dvoch častí – teoretickej a praktickej. Prvá časť poskytuje teoretické poznatky o tvorbe podnikateľského zámeru, voľby právnej formy a koniec prvej časti tvoria analýzy k dosiahnutiu podnikateľského zámeru.

V rámci praktickej časti projektu je vypracovaná podrobná analýza projektu, ktorá je základom pre tvorbu podnikateľského zámeru.

Kľúčové slová: podnikateľský zámer, podnik, reštaurácia, marketing, prieskum, analýza trhu, finančný plán

ABSTRACT

The aim of graduation thesis is to elaborate the project of Business plan - start-up of a restaurant. I have tried to fulfil this aim on the basis on theoretical and practical knowledge. The project consists of theoretical and practical part. The first part provides us theoretical knowledge about the business plan establishment, choosing the legal form and analyses to reach the goal of the business plan.

In terms of practical part of the project, there were elaborated project analyses, which are the basement for starting-up the business plan.

Keywords: business plan, company, restaurant, marketing, research, market analyses, financial plan

Rád by som sa poďakoval vedúcej diplomovej práce pani Ing. Zuzane Tučkovej, Ph.D., za odborné vedenie, cenné rady a pripomienky, ktoré mi počas spracovania práce poskytovala.

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČASŤ	12
1 PODNIKATEĽSKÝ ZÁMER	13
1.1 ŠTRUKTÚRA PODNIKATEĽSKÉHO ZÁMERU	14
1.1.1 Titulná strana.....	14
1.1.2 Zhrnutie projektu.....	15
1.1.3 Analýza odvetví	15
1.1.4 Popis podniku.....	15
1.1.5 Výrobný plán.....	15
1.1.6 Marketingový plán	16
1.1.7 Organizačný plán	16
1.1.8 Hodnotenie rizík.....	16
1.1.9 Finančný plán	16
1.1.10 Príloha (podporná dokumentácia)	17
2 PODNIKANIE	18
2.1 VOĽBA PRÁVNEJ FORMY	18
2.1.1 Podnikanie fyzických osôb	19
2.1.2 Podnikanie právnických osôb	20
2.1.3 Osobné spoločnosti	21
2.1.4 Kapitálové spoločnosti	22
2.1.5 Družstvá	23
2.1.6 S. r. o. alebo živnosť?.....	23
3 ANALÝZY K DOSIAHNUTIU PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU	26
3.1 ANALÝZA TRHU.....	26
3.2 ANALÝZA KONKURENCIE	26
3.3 ANALÝZA ZÁKAZNÍKOV	27
3.4 NÁSTROJE ANALÝZY PODNIKATEĽSKÉHO PROSTREDIA.....	28
3.4.1 SWOT analýza	28
3.4.2 Porterova analýza	29
II PRAKTICKÁ ČASŤ	32
4 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU PONUKY A DOPYTU	33
4.1 ANALÝZA KONKURENČNÉHO PROSTREDIA	33
4.1.1 Zhodnotenie výsledkov Porterovej analýzy	37
4.2 ANALÝZA PROSTREDIA – SWOT ANALÝZA.....	37
4.2.1 Zhodnotenie SWOT analýzy.....	38
4.3 ANALÝZA DOPYTU PO PONÚKANÝCH SLUŽBÁCH	39
4.3.1 Zhodnotenie analýzy zákazníkov	45
4.4 ZHODNOTENIE VÝSLEDKOV ZÁVEREČNÝCH ANALÝZ.....	45
5 ČASOVÁ ANALÝZA PROJEKTU	46
5.1 ČASOVÁ ANALÝZA VYPRACOVANIA PROJEKTU	46
5.2 ČASOVÁ ANALÝZA REALIZÁCIE PROJEKTU	47
6 PROJEKT PODNIAKTEĽSKÉHO ZÁMERU	50

6.1	ZHRNUTIE.....	50
6.1.1	Názov firmy	50
6.1.2	Sídlo firmy	50
6.1.3	Kategória	50
6.1.4	Právna forma	50
6.1.5	Predmet podnikania.....	51
6.1.6	Ciele podnikania.....	51
6.1.7	Kľúčové osobnosti firmy.....	52
6.1.8	Cieľová skupina	52
6.1.9	Konkurencia	52
6.1.10	Ústredný produkt.....	52
6.1.11	Plánovaný dátum založenia firmy.....	52
6.2	CHARAKTERISTIKA PODNIKU.....	52
6.2.1	Založenie a vznik spoločnosti	53
6.2.2	Priestor	53
6.2.3	Pôvod a výška počiatočného kapitálu	53
6.2.4	Popis základného vybavenia	53
6.2.5	Kapacita.....	56
6.2.6	Dispozičné riešenie	56
6.3	PRODUKT	56
6.3.1	Charakteristika podniku	56
6.3.2	Kvalita a jej zabezpečenie.....	57
6.3.3	Ochrana spotrebiteľa	57
6.3.4	Ponukový program	58
6.4	ODVETVIE PODNIKU	58
6.4.1	Obraz o odvetví a trendoch v odvetví	58
6.4.2	Ekologický management.....	59
6.5	MARKETING	60
6.5.1	Analýza trhu	60
6.5.2	Analýza prostredia – SWOT analýza.....	62
6.5.3	Marketingové aktivity	62
6.6	VÝROBA – VÝROBNÉ ČINNOSTI	63
6.6.1	Opis výrobného strediska a jeho zariadenie.....	64
6.6.2	Tvorba kalkulácií	65
6.7	ĽUDSKÉ ZDROJE PODNIKU	65
6.7.1	Organizačná štruktúra	65
6.7.2	Popis pracovných činností pracovníkov.....	65
6.7.3	Pracovná doba a otváracie hodiny.....	68
6.7.4	Mzdy a odmeňovanie	68
6.7.5	Delegovanie právomocí	69
6.8	FINANČNÉ ÚDAJE.....	69
6.8.1	Náklady	70
6.8.2	Výnosy	72
6.8.3	Plánovanie výsledku hospodárenia	73
6.8.4	Rozbor výsledkov hospodárenia za prvé tri roky podnikania.....	74
6.8.5	Ukazovatele rentability	75
6.8.6	Plánovaná východisková súvaha.....	76

6.8.7	Výška potreby počiatočného kapitálu	76
ZÁVER	77
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	78
ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK	80
ZOZNAM OBRÁZKOV	81
ZOZNAM TABULIEK	82
ZOZNAM PRÍLOH	83

ÚVOD

Cestovný ruch, s ním spätý hotelový priemysel a pohostinské služby je jednou z neodmysliteľných súčastí, a ovplyvňujú národné ekonomiky mnohých štátov. Oblasť cestovného ruchu je zaujímavá aj tým, že na základe spôsobu a kvality poskytovaných služieb si každý zákazník urobí vlastnú mienku a je na jeho rozhodnutí, či sa do toho - ktorého štátu vráti alebo nie. Túto kultúru v oblasti cestovného ruchu tvoria samostatné subjekty pôsobiace v tomto obore. Preto je treba dbať v každom podniku pôsobiacom v cestovného ruchu na kvalitu poskytovaných služieb.

Každý z nás je určitým spôsobom spätý s cestovným ruchom a podieľa sa na ňom. Neodlučiteľnou súčasťou je aj uspokojenie jednej z najzákladnejších ľudských potrieb života – hladu. Diplomová práca je teda zameraná na založenie pohostinského zariadenia – reštaurácie, tým sa aspoň v malej miere podieľať na napravení podľa môjho názoru nie veľmi dobrej reputácie služieb na Slovensku.

Samotná idea založenia podniku ma napadla s naskytnutím ponuky založiť takýto podnik. Vyštudoval som hotelovú akadémiu a preto mám k hotelierstvu a cestovnému ruchu veľmi blízko, a preto založenie takéhoto podniku je pre mňa výzvou. Zostrojenie podnikateľského plánu je jedným zo základných a prvých krokov k vytvoreniu životaschopného podnikania. Tomuto kroku predchádza samotná idea podnikania a viera v existenciu potreby daného podniku na trhu. Táto idea je akýmsi hnacím motorom k zostaveniu kvalitného podnikateľského plánu. Predchádza tomu ale ešte rada otázok a analýz, ktoré musia byť spracované a vyhodnotené a dokážu bližšie ukázať schopnosť podniku prežiť na trhu a byť životaschopný.

Cieľom tejto práce ja na základe prieskumu trhu a analýz zhodnotiť, či je možné a ekonomicky efektívne takýto podnik založiť. To čo je potrebné vedieť na založenie podniku je popísané v teoretickej časti projektu. Praktická časť projektu je kľúčovou časťou tohto projektu. Je treba podrobiť sa analýzam ich vyhodnoteniu a dôkladnému rozboru analýz. Je treba stanoviť si aj časový harmonogram realizácie projektu. Ďalej nasleduje samotný podnikateľský projekt založenia reštaurácie, v ktorom sú zhrnuté a zhodnotené všetky potrebné náležitosti podnikateľského plánu.

TEORETICKÁ ČASŤ

1 PODNIKATEĽSKÝ ZÁMER

V tejto kapitole uvediem teoretický základ pre tvorbu podnikateľského zámeru.

Je dôležité zamyslieť sa nad tým, k akému účelu vlastne podnikateľský plán vzniká. Aby sme mohli komplexne posúdiť reálnosť a životaschopnosť nášho podnikateľského nápadu, musíme si takýto plán zostaviť.

Veber a Srpová (2008) tvrdia, že podnikateľský zámer slúži ako plánovací nástroj vo vnútri podniku, ako podklad pre rozhodovanie či nástroj kontroly v prípadoch, kedy podnikateľ firmu zakladá alebo kedy firma stojí pred výraznými zmenami. Prostredníctvom podnikateľského zámeru hľadajú začínajúci podnikatelia spôsob, ktorým by mohli rozvinúť svoju podnikateľskú invenciu v prosperujúce podnikanie. Cieľom je ujasniť si, či je daný nápad realizovateľný a definovať kroky, ktoré povedú k samotnému zahájeniu podnikateľskej činnosti. Podnikateľský zámer je však významnejší pre externé subjekty (napr. súkromných investorov, banky), hlavne ak chceme pri financovaní podniku využiť cudzí kapitál. V takomto prípade je treba presvedčiť tieto subjekty o výhodnosti podnikateľského projektu práve prostredníctvom kvalitne zapracovaného podnikateľského zámeru.

Podľa Wupperfelda (2003) je podnikateľský zámer pre zakladateľov podniku ústredný riadiaci dokument slúžiaci k usporiadaniu a predstaveniu podnikovej koncepcie. Písomne spracovaný dokument sa dá konzultovať s odborníkmi a núti zakladateľov podniku, aby sa dohodli na presných cieľoch, stratégiách a opatreniach. Spoločne s podnikateľským zámerom sa zostavujú plány opatrenia a projektov, ktoré sú potom smernicou pre každodennú činnosť manažmentu. Porovnanie zámeru a dosiahnuté skutočnosti sú potom základným ukazateľom pre zistenie, či boli plánované ciele splnené alebo či došlo k nejakým odchýlkam.

Srpová, Řehoř a kol. (2010) tvrdia, že je to písomný dokument spracovaný podnikateľom, popisujúci všetky podstatné vnútorné aj vonkajšie faktory súvisiace s podnikateľskou činnosťou. Porovnáva ho k autoatlasu, ktorý by nám mal uľahčiť odpovede na otázky typu: kde sme, kam sa chceme dostať a ako sa tam dostaneme.

Podnikateľský plán znižuje riziko vrhnutia sa do podnikania bez dôkladnej analýzy. Čo sa v rámci jeho prípravy podnikateľ dozvie o spoločnosti, finančných ukazateľoch, marketingových možnostiach a veľa ďalších relevantných faktoroch znamená nepopierateľnú výhodu v ďalšom podnikaní (Staňková, 2007)

Leterárne zdroje uvádzajú viacero definícií podnikateľského zámeru, niektoré spájajú takmer rovnaké popisy, iné sa viac či menej od seba odlišujú. Často sa objavuje charakteristika ako cesta budúcnosti podniku, ktorá nám slúži ako vízia, smer, ktorým sa bude podnik uberať, ale aj ako spätná väzba pre kontrolu, či firma dodržiava ciele, ktoré si na začiatku vytýčila.

Podľa Fotra a Součka (2005) by mal podnikateľský zámer:

- byť stručný, prehľadný, gramaticky správny, zrozumiteľný i pre osoby bez hlbších technických znalostí,
- byť vierohodný a realistický, orientovaný na budúcnosť,
- upozorniť na konkurenčné výhody projektu, silné stránky firmy a kompetencie manažérskeho tímu,
- preukázať finančnú solventnosť firmy (napr. v prípade, že žiada o bankový úver) a návratnosť investícií prípadným investorom apod.

Autori diela uvádzajú, že kvalitný podnikateľský zámer, resp. celá jeho príprava projektu iba zvyšuje šancu na jeho úspešnú realizáciu a znižuje riziko neúspechu. Z dôvodu meniacich sa podmienok na trhu by mal byť podnikateľský zámer danej firmy neustále upravovaný (aktualizovaný).

1.1 Štruktúra podnikateľského zámeru

Štruktúra podnikateľského zámeru nie je pevne daná. V knihách zaoberajúcich sa touto tematikou sa tieto jednotlivé štruktúry líšia. Samotné spracovanie podnikateľského zámeru tak závisí do značnej miery na účelu, pre ktorý bol zostavený. Záleží tak viac-menej na podnikateľovi, ktorý sa rozhodne, aký bude jeho obsah. Nesmia však byť opomenuté kľúčové faktory (popis podniku, organizačná štruktúra, finančný plán apod.).

Správne štruktúrovaný podnikateľský zámer umožní podnikateľovi účelne usporiadať všetky úlohy do jednotlivých krokov a dokonale prepracovať stratégiu, ako uvádza Veber a Srpová (2008).

1.1.1 Titulná strana

Titulná strana podnikateľského zámeru by mala stručne informovať o jeho obsahu. Nesmie tu chýbať zdelenie, ako je názov či sídlo spoločnosti, mená spoločníkov (vrátane

kontaktov), právna forma spoločnosti, dátum založenia, predmet podnikania či organizačná štruktúra.

1.1.2 Zhrnutie projektu

Zhrnutie podnikateľského zámeru býva spracované až nakoniec. V podstate sa jedná o najdôležitejšiu časť celého podnikateľského zámeru. Práve preto by mu mala byť venovaná vysoká pozornosť. Zhrnutie (tzv. Executive summary) musí byť napísané stručne, zrozumiteľne a pravdivo. Jeho cieľom je presvedčiť potenciálnych investorov, aby vložili do podnikania svoje finančné prostriedky. Nesmie tu chýbať informácia o produkte či službách, ktoré firma bude ponúkať, ďalej popis trhu, informácie o dodávateľoch, odberateľoch, budúce strategické zámery, finančné odhady (veľkosť potrebného počiatočného kapitálu, výnosnosť) apod. (Veber, Srpová, 2008)

1.1.3 Analýza odvetví

Tu máme na mysli predovšetkým analýzu konkurencie, jej prednosti a slabiny alebo taktiež analýzu vývojových trendov. Opomenutá nesmie byť rovnako analýza zákazníkov (vrátane ich segmentácie), ktorá predstavuje zisky. Na základe tejto analýzy tak môže podnikateľ zhodnotiť atraktivitu daného odvetvia (veľkosť trhu, potenciál trhu, počet zákazníkov, ich potreby, nákupné chovanie) či konkurenčné sily (rozsah, sila, geografická pôsobnosť). Pomocou analýzy odvetvia tak môže podnikateľ odhadnúť svoj potenciálny ročný odbyt, zmapovať substitučné výrobky či možnosti propagácie (Veber, Srpová, 2008).

1.1.4 Popis podniku

Podnik musí byť popísaný tak, aby mal investor predstavu o veľkosti a rozsahu daného zámeru. Mal by obsahovať informácie, ako je dátum založenia, právna forma podnikania, majiteľov, predmet podnikania, sídlo, organizačnú štruktúru, rovnako tu musí byť špecifikovaný výrobok či spôsob vedenia účtovníctva. Aspoň čiastočne by mala byť zmienená vízia podniku, jeho ciele a stratégia vedúca k dosiahnutiu týchto cieľov (Veber, Srpová, 2008).

1.1.5 Výrobný plán

Vo výrobnom pláne by mali byť stanovené napríklad termíny pre zahájenie, resp. ukončenie výrobných operácií, pokyny k zaisteniu materiálnych či technologických zásob, a taktiež zaistenie personálu, ktorý obsluhuje výrobné stroje a zariadenia. Obsahom tejto

časti by mala byť rovnako bezpečnosť práce na pracovisku, ktorá je vo výrobnom podniku viac než dôležitá, ďalej zmluvné podmienky s dodávateľmi, výrobné náklady a iné (Veber, Srpová, 2008).

1.1.6 Marketingový plán

Marketingový plán vychádzajúci z filozofie danej spoločnosti, patrí k základným strategickým dokumentom každej spoločnosti. V podstate predstavuje spôsob, akým sa chce podnik na trhu presadiť. Predstavuje totiž súbor určitých konkrétnych opatrení, ktoré sú nutné pre úspešnú realizáciu marketingovej stratégie podniku. Zaoberá sa otázkami podnikovej identity, designu či celkového image, ktorý taktiež môže pozitívne či negatívne ovplyvniť potenciálnych investorov, respektíve zákazníkov. Marketingový plán je takisto prepojený s plánmi ostatných vnútro podnikových útvarov. Jeho obsah je orientovaný aj na vonkajšie vzťahy, pretože ovplyvňuje rovnako spoluprácu s dodávateľmi, distribútormi či obchodnými partneri, s médiami či odbornou verejnosťou (Synek, 1996)

1.1.7 Organizačný plán

Jedná sa o časť podnikateľského plánu, v ktorej sa podnikateľ zaoberá organizačným zaistením od výberu pracovníkov až po delegovanie právomocí, určovanie nadriadenosti, resp. podriadenosti apod. Mali by tu byť bližšie popísané zamestnanecké výhody, platové ohodnotenie či motivačné stratégie (Hisrich, Peters, 1996)

1.1.8 Hodnotenie rizík

Každý podnikateľský zámer je spojený s určitou mierou neistoty, a to že nedosiahne očakávaných výsledkov. Aby podnikateľ predišiel tomuto riziku, musí je identifikovať, kvantifikovať a stanoviť možné riešenie, ktoré povedú k ich odstráneniu. Podnikateľ by teda mal mať k dispozícii alternatívnu stratégiu pre prípad, že dôjde k rizikovej situácii. Pre prípadného investora to môže signalizovať pripravenosť podnikateľa aj na potenciálne hrozby (Veber, Srpová, 2008).

1.1.9 Finančný plán

Finančný plán je jednou z najdôležitejších častí podnikateľského zámeru, ktorého cieľom je zistiť, či je návratnosť vynaložených peňažných prostriedkov výhodná po finančnej stránke.

Okrem investičných nákladov tu musí podnikateľ odhadnúť tiež potrebné počiatočné finančné prostriedky pre pokrytie výdajov súvisiacich so zahájením činnosti. Ako nástroje ku zobrazeniu sa používajú finančné výkazy (výkaz ziskov a strát, rozvaha a výkaz o peňažných tokoch) (Veber, Srpová, 2008).

1.1.10 Príloha (podporná dokumentácia)

V prílohe sa uvádzajú všetky ďalšie informácie, ktoré sa do ostatných kapitol podnikateľského zámeru nevošli (spravidla pre svoju obsiahlosť). Predovšetkým sa jedná o technickú dokumentáciu k výrobe, resp. výrobku, cenník (či už samostatnej firmy alebo cenníky dodávateľov), zmluvy s obchodnými partnermi, údaje o výskumu trhu apod. Zahrnuté by tu mali byť taktiež nájomné zmluvy (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

2 PODNIKANIE

Pojem „podnikanie“ je v obchodnom zákonníku (*Portal.gov.cz, Obchodní zákoník*) definovaný ako sústavná činnosť prevádzkovanú samostatne podnikateľom, vlastným menom, na vlastnú zodpovednosť za účelom dosiahnutia zisku.

Srpová a Řehoř (2010) tvrdia, že podnikanie sa dá teda chápať ako opakovaná a pravidelná činnosť, kedy podnikateľ jedná osobne, poprípade prostredníctvom svojho štatutárneho orgánu, nesie všetky riziká za výsledky svojej činnosti, ktorú vykonáva preto, aby dosiahol určitého zisku.

Podnikateľom rozumieme osobu, ktorá je:

- zapísaná v obchodnom registri,
- podniká na základe živnostenského oprávnenia,
- podniká na základe iného než živnostenského oprávnenia podľa zvláštnych predpisov,
- prevádzkuje poľnohospodársku výrobu a je zapísaná do evidencie podľa zvláštno predpisu (*Portal.gov.cz, Obchodní zákoník*).

2.1 Voľba právnej formy

Ešte pred tým, než podnikateľ zahájí svoju činnosť, musí sa rozhodnúť, akú právnu formu zvolí. Práve právna forma určuje typ podnikateľského subjektu, ktorý sa venuje podnikaniu. V Slovenskej republike sa môže podnikateľ rozhodnúť, či svoju činnosť bude prevádzkovať ako fyzická osoba (na základe živnostenského oprávnenia), alebo právnická osoba (obchodná spoločnosť) alebo ako združenie týchto osôb.

Všetky vyššie uvedené právne formy sa odlišujú spôsobom zdanenia a nakladaním s hospodárskym výsledkom, spôsobom riadenia či zodpovednosťou vlastníkov za prípadné riziká. Jak uvádza Nývltová a Marinič (2010), voľba právnej formy hrá veľmi dôležitú rolu. Podnikateľovi je síce umožnené právnu formu svojho podnikania zmeniť, jedná sa však o činnosť nákladnú a administratívne náročnú.

Synek (1996) definuje kritéria, podľa ktorých by mala byť volená právna forma podnikania:

- výška základného kapitálu,

- počet zakladateľov,
- spôsob a rozsah ručenia,
- oprávnenie k riadeniu, tj. zastupovania podniku navonok, vedenie podniku, možnosť spolurozhodovania,
- administratívna a finančná náročnosť pri založení podniku, počas prevádzky podniku,
- podiel na zisku/strate,
- daňové zaťaženie,

Výberu vhodnej formy podnikania by každý začínajúci podnikateľ mal venovať dostatok času, pretože tento výber určuje legislatívne, ekonomické aj daňové aspekty, ktoré budú musieť byť v priebehu života podniku splnené. Neexistuje univerzálne merítko, aká forma podnikania je najlepšia. Vždy musíme zväžiť všetky kritéria.

2.1.1 Podnikanie fyzických osôb

Podľa živnostenského zákona č. 455/1991 Zb., o živnostenskom podnikaní môže založiť živnosť⁵ jedna fyzická osoba (živnostník), ktorá k prevádzke danej činnosti musí splňovať tzv. „všeobecné podmienky“ – dosiahnutie veku 18 rokov, osoba musí byť spôsobilá k právnym úkonom, trestne bezúhonná a voči štátu nesmie mať žiadne daňové nedoplatky. V prípade, že tieto podmienky fyzická osoba splňuje, príslušný miestny živnostenský úrad jej vydáva „živnostenský list“ či koncesnú listinu“, na ich základe môže prevádzkovať danú živnosť (ohlasovaciu či koncesovanú).

Medzi tzv. *ohlasovacie živnosti*, ktoré vznikajú dňom ohlásenia príslušnom živnostenskému úradu, patrí:

- remeselné (nutná spôsobilosť získaná vyučením v oboru a praxí, napr. mäsiarstvo)
- viazané (nutná odborná spôsobilosť, pre každú živnosť určená samostatne, napr. kaderníctvo)
- voľné (nie je nutná odborná spôsobilosť, napr. sprievodcovská činnosť).

⁵Živnosť definovaná ako sústavná činnosť prevádzkovaná samostatne, vlastným menom, na vlastnú zodpovednosť, za účelom dosiahnutia zisku a za podmienok stanovených týmto zákonom.

Živnosti koncesované možno vykonávať na základe koncesie udelenej miestnym príslušným živnostenským úradom. Tieto živnosti sú náročné na odbornú či inú (napr. morálnu) spôsobilosť (napr. pohrebná služba, cestovná kancelária), dôležitú rolu hrá tiež kladné vyjadrenie príslušného orgánu štátnej správy.

Živnostenské podnikanie je administratívne nenáročné (živnostník musí získať živnostenský list, resp. koncesnú listinu, musí viesť daňovú evidenciu). Ďalšou výhodou je fakt, že pre zahájenie živnostenskej činnosti nie je potreba žiadny základný kapitál. Veľkou nevýhodou je spôsob ručenia, pretože podnikateľ (živnostník) ručí za svoje záväzky celým svojím osobným majetkom (Srpová, Řehoř, 2010)

2.1.2 Podnikanie právnických osôb

Za právnické osoby sa považujú obchodné spoločnosti založené za účelom podnikania. Medzi najčastejšie typy patria osobné obchodné spoločnosti (verejná obchodná spoločnosť, komanditná spoločnosť), kapitálové obchodné spoločnosti (spoločnosť s ručením obmedzeným, akciová spoločnosť) a družstvá (Srpová, Řehoř, 2010)

Ako uvádzajú autori Kínl, Ježek a Dvořáková (1998), *osobné kapitálové spoločnosti* sa líši predovšetkým v tom, že všetci, alebo aspoň niektorí spoločníci osobných spoločností ručí za záväzky spoločnosti neobmedzene celým svojím majetkom. Z dôvodu, že spoločníci osobných spoločností ručí solidárne celým svojím majetkom za záväzky spoločnosti, nepredpisuje obchodný zákonník pre verejnú obchodnú spoločnosť (v.s.) povinnosť vytvárať základný kapitál (či už pri jej založení alebo v priebehu jej trvania). Osobné spoločnosti rovnako nemusiazriaďovať žiadne orgány, pretože sa všetci spoločníci osobne účastnia na činnosti a riadení spoločnosti. Ich štatutárnymi orgánmi sú teda všetky neobmedzene ručiaci spoločníci, pokiaľ nestanoví spoločenská zmluva, že štatutárnym orgánom sú len niektorí spoločníci. Spoločníci kapitálových spoločností neručia za záväzky spoločnosti vôbec, resp. je ich ručenie veľmi obmedzené (rozsahom, dobou trvania), ďalej sa nepodieľajú osobne na činnosti spoločnosti, ale iba svojím vkladom na základnom kapitále spoločnosti. Pre kapitálové spoločnosti je stanovená povinnosť vytvárať pri založení základný kapitál. Na rozdiel od osobných spoločností musia kapitálové spoločnosti zriaďovať predpísané orgány, prípadne môžu zriaďovať orgány ďalšie. Odlišnosť medzi kapitálovou a osobnou spoločnosťou je vidieť tiež v tom, že ukončenie účasti neobmedzene ručiaceho spoločníka v osobnej spoločnosti spôsobuje

jejzrušenie (môže byť odvrátené vzájomnou dohodou medzi zostávajúcimi spoločníkmi). Ukončenie účasti spoločníka kapitálovej spoločnosti takýto vplyv na jej trvanie nemá.

Nasledujúca tabuľka ukazuje prehľad o typických rysoch osobných a kapitálových spoločností:

OSOBNÉ SPOLOČNOSTI (v.o.s., k.s.)	KAPITÁLOVÉ SPOLOČNOSTI (s.r.o., a.s.)
○ osobná účasť spoločníka na činnosti spoločnosti,	○ osobnáúčasť spoločníka na činnosti spoločnosti nie je nutná
○ vedenie spoločnosti a jednanie navonok je zverené samotným spoločníkom, spoločnosť nemá vnútorné orgány	○ spoločnosť má zákonom vymedzenúvnútornú sústavu orgánov, ktoré spoločnosť riadi a jedná za ňu navonok
○ spoločníci nie sú povinní poskytnúť spoločnosti vklady, spoločnosť netvorí povinne základný kapitál	○ vklady spoločníkov sú povinné, ich minimálna výška je určená zákonom,
○ spoločníci ručia za záväzky spoločnosti neobmedzene	○ spoločníci ručia za záväzky spoločnosti len obmedzene alebo vôbec, spoločnosť vytvára povinne základné imanie
○ pri zániku účasti aj len jedného zo spoločníkov sa spoločnosť zásadne ruší	○ prípadný zánik účasti spoločníka nemá na trvanie spoločnosti vplyv

Tab .1. Charakteristické rozdiely medzi osobnou a kapitálovou spoločnosťou (Kínl, Ježek a Dvořáková, 1998)

2.1.3 Osobné spoločnosti

Existujú dva typy osobných obchodných spoločností – verejná obchodná spoločnosť (v.o.s.) a komanditná spoločnosť (k.s.). Pretieto spoločnosti je charakteristický minimálny počet zakladateľov (dva) a nepovinný základný kapitál. Odlišné je však ručenie spoločníkov za svoje záväzky, kedy sa u *verejnej obchodnej spoločnosti* ručí za záväzky celým svojim majetkom a všetci spoločníci samôžu zúčastniť riadenia (súštatutárnymi orgánmi) (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007).

U komanditnej spoločnosti ručí jeden alebo viac spoločníkov (komplementárov) celým svojím majetkom a sú štatutárnym orgánom. Druhá skupina spoločníkov (komanditisti) ručia iba do výšky svojho vkladu a nepodieľajú sa na vedení spoločnosti. Výhodou komanditnej spoločnosti je, že nie je nutný veľký počiatočný kapitál. Pre komanditistov neplatí zákaz konkurencie a zisk sa delí podľa podmienok spoločenskejzmluvy.

Nevýhodou tejto formy podnikania je teda neobmedzené ručenie komplementárov a z toho plynúce možné riziko rozporov medzi

2.1.4 Kapitálové spoločnosti

Typickým príkladom týchto spoločností je spoločnosť s ručením obmedzeným (s.r.o. – vid' podkapitola 2.2) a akciová spoločnosť (a.s.). *Akciová spoločnosť* ručí za záväzky spoločnosti celým svojím obchodným majetkom, akcionári za záväzky neručí. Základní kapitál tejto spoločnosti je potom tvorený nominálnou hodnotou akcií. Ďalšou výhodou môže byť rovnako neobmedzená doba životnosti, pretože spoločnosť môže fungovať ďalej, aj keď jej zakladatelia, resp. spoločníci odídu. Nevýhodu u tohto typu spoločnosti je možné vidieť v jej náročnom založení, či dvojitým zdanením príjmov (Klínal, Ježek a Dvořáková, 1998)

	Živnostník	Verejná obchodná spoločnosť	Komanditná spoločnosť	Spoločnosť s ručením obmedzeným	Akciová spoločnosť
Počet zakladateľov	1 FO	Min. 2 osoby	Min. 2 osoby	Min. 1 osoba, max. 50 osôb	1 PO alebo 2 a viac FO
Ručenie za záväzky spoločnosti	Neobmedzené	Neobmedzené, spoločné a nerozdielne celým svojím majetkom	Komplementár (celým majetkom) Komanditista (do výše nesplateného vkladu)	Spoločnosť neobmedzene, spoločníci do výšky nesplateného vkladu	Spoločníci neobmedzene, akcionári neručí za záväzky spoločnosti
Počiatočný kapitál	Nie je stanovený	Nie je stanovený	Komanditista 5000,- Kč (keď nie je stanovené inak)	Min. 200 000,- Kč	2 mil Kč (bez verejnej ponuky), 20 mil Kč (s verejnou ponukou)
Účasť na zisku/strate	Celým svojím majetkom	Rovným dielom medzi spoločníkov, alebo podľa	Komplementári (rovnakým dielom)	Podľa výšky kapitálového vkladu	Podľa rozhodnutia valného

		spoločenskej zmluvy	Komanditisti (podľa výšky vkladu)		zhromaždenia
Výhody	Jednoduchosť, rýchlosť, žiadny počiatočný kapitál	Žiadny počiatočný kapitál	Komanditisti ručia len do výšky svojho nesplateného vkladu	Obmedzené ručenie, relatívne nízky počiatočný kapitál	Dôveryhodnosť, dobrý prístup k cudzím zdrojom, pružná prevoditeľnosť podielov v podobe akcií
Nevýhody	Vysoké ručenie, obtiažnosť pri získavaní bankového úveru	Ručení spoločníkov celým svojím majetkom	Zložitosť vzťahov, dvojité zdanenie zisku	Administratívna a náročnosť	Vysoký základný kapitál, náročnosť založenia, administratívna náročnosť

Tab. 2. Základné informácie o obchodných spoločnostiach (Klín, Ježek a Dvořáková, 1998)

2.1.5 Družstvá

Družstvo spoločnosťou neuzavretého počtu osôb (najmenej päť fyzických alebo dve právnické osoby) založeným za účelom podnikania alebo zaistovania hospodárskych, sociálnych či iných potrieb svojich členov. Jedná sa tak o organizáciu, ktorú vlastní a riadia osoby, ktorých zámer nemusí byť ziskový. Družstvo ručí za záväzky spoločnosti celým svojím majetkom, nič menej jeho členovia za záväzky neručia. Základný kapitál družstva musí činiť najmenej 50 000,- Kč a je tvorený členskými príspevkami, ktorých výška je uvádzaná v stanovách družstva. Výhodou je rovnako ľahké prijímanie ďalších členov, bez toho ani by bola táto zmena zapísaná do obchodného registra (Srpková, Řehoř, 2010)

2.1.6 S. r. o. alebo živnosť?

Jak už bolo zmienené, živnostenské podnikanie je najmenej náročnou právnou formou, nie len čo sa týka samotného založenia (viď podkapitola 2.1.1). Finanční náklady na získanie živnostenského listu sú nízke (1 000,- Kč), na viac sa nejedná o nejakú administratívne komplikovanú činnosť. Ľahšie je rovnako účtovníctvo, keďže si živnostník môže sám

vybrať, či sa rozhodne pre jednoduché (eviduje len príjmy a výdaje) alebo podvojnú. Živnostenské podnikanie má samozrejme tiež nevýhody. S rastom zisku daného živnostníka rastie priamo úmerne výška odvodov do jednotlivých fondov, na viac, jak už bolo zmienené, živnostník ručí za svoje záväzky neobmedzene, celým svojím majetkom, teda súkromným i firemným (*Podnikatel.cz, Jít na trh v kůži OSVČ či se chovat pod křídly s. r. o.*)

Spoločnosť s ručením obmedzeným je najjednoduchším typom kapitálovej spoločnosti. Ako taká však obsahuje niekoľko charakteristických rysov spoločnosti osobnej. Táto spoločnosť ručí za svoje záväzky celým svojím majetkom, nič menej jej spoločníci ručia len nesplatenou časťou svojho vkladu. Spoločnosť s ručením obmedzeným môže mať 1 až 50 spoločníkov, bez ohľadu na to, či sa jedná o fyzické či právnické osoby. Oproti živnostenskému podnikaniu je táto forma komplikovanejšia (administratívne, nákladovo). Samotné založenie spoločnosti vyžaduje spísanie a podpísanie spoločenskej zmluvy (v prípade, že sa jedná o viac spoločníkov) či zakladateľskej listiny (v prípade jediného spoločníka). Oboje musia byť vo forme notárskeho zápisu. Finančná náročnosť je daná povinným zložením základného imania do spoločnosti (min. 5.000 Eur), kedy vklad každého zakladajúceho spoločníka musí byť minimálne 750 Eur. V prípade, že je spoločnosť založená jediným zakladateľom, musí základný kapitál splatiť celý (*Eserocka.sk, Základné podmienky pre založenie spoločnosti s ručením obmedzeným*).

Pokiaľ sa podnikateľ rozhodne podnikat' v širšom rozsahu a zaregistrovať sa ako platca DPH, je vhodnejšia forma podnikania spoločnosť s ručením obmedzeným. Výhodou môže byť rovnako fakt, že firma s touto právnou formou je považovaná za serióznejšiu a dáva obchodným partnerom pocit väčšej kreditibility. V nasledujúcej tabuľke tab. 3 sú zmienené ďalšie výhody podnikania spoločnosti s ručením obmedzeným.

ŽIVNOSTENSKÉ PODNIKÁNIE (OSVČ)	SPOLOČNOSŤ S RUČENÍM OBMEDZENÝM
○ ručí celým svojím majetkom.	○ ručí do výšky nesplateného základného kapitálu
○ pochybnosti o schopnosti plnenia záväzku	○ pôsobí dôveryhodne a seriózne
○ renomé či reference padajú ukončením aktívneho pracovného života fyzickej osoby.	○ každým rokom svojej existencie buduje obchodné meno a históriu firmy (zvyšuje svoj kredit)
○ platí sa daň z príjmu, sociálne a zdravotné poistenie	○ platí daň z príjmu a zrážková daň zo zisku rozdeleného medzi spoločníkmi
○ FO podniká pod svojím menom	○ podniká pod ľubovoľným názvom
○ niektoré spoločnosti sa vyhýbajú nákupu služieb od FO (OSVČ)	○ často zvýhodňovaná vo výberových riadeniach (spolu s a.s.)
○ ide o spoločnosť o jednom človeku	○ môže expandovať navýšením vkladov, resp. prístupím nových spoločníkov
○ nemôže účinne delegovať riadenie podnikania na inú osobu.	○ riadenie je možno predať jednatelovi alebo ďalším spoločníkom
○ behom podnikania nebuduje žiadnu hodnotu, ktorú by bolo možné jednoducho previesť na inú osobu.	○ hodnota spoločnosti sa v čase zvyšuje; je možné ju predať alebo predať potomkom

Tab. 3 Výhody s.r.o. oproti živnostenskému podnikaniu (Kotler, 2001)

Z vyššie uvedeného vyplýva, že pre živnostenské podnikanie (SZČO), resp. pre podnikanie v „malom rozsahu“ je pre fyzickú osobu jednoduchšie a finančne dostupnejšie založiť si živnosť. V prípade, že sa rozhodne táto osoba podnikat' „vo veľkom“ a získať vyššie postavenie na obchodnom trhu (popr. sa ďalej rozvíjať), je výhodnejšie založiť spoločnosť s ručením obmedzeným. Živnostník na viac môže len veľmi ťažko dosiahnuť na štátnu zákazku či podnikateľský úver (*Podnikatel.cz, Jít na trh v kůži OSVČ či se chovat pod křídly s. r. o.*).

Výberu vhodnej formy podnikania musí začínajúci podnikateľ venovať dostatok času z dôvodu nie len ekonomických, ale i legislatívnych či daňových, ktoré spoločnosť behom svojej existencie sprevádza. Jednu z najdôležitejších rolí hrá pri výbere právnej formy miera ručenia podnikateľa za záväzky a z toho plynúce podnikateľské riziko.

3 ANALÝZY K DOSIAHNUTIU PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU

Pre nového podnikateľa je veľmi obtiažne získať informácie o trhu. Na to slúžia rôzne analýzy. Externú analýzu je možné čo najlepšie zrealizovať pomocou Porterovho modelu konkurenčných síl. Kvalita analýz ale závisí predovšetkým na kvalite informácii. (Koráb, Peterka, Režňáková, 2007)

3.1 Analýza trhu

Ešte než sa podnikateľ rozhodne vstúpiť na trh, musí zistiť, či bude o jeho výrobky, resp. služby záujem. Autori Fotr a Souček (2005) zdôrazňujú, že trh je miestom, kde sa stretáva dopyt s ponukou a je treba, aby podnikateľ poznal veľkosť dopytu po jeho produkte (identifikácia a množstvo potenciálnych zákazníkov, ich chovanie, preferencie), prípadne konkurentov apod. Podnikateľ si však musí uvedomiť, že okrem súčasných trhov, existujú tiež trhy potenciálne, na ktorých rovnako môže predávať svoje produkty (pre trhy nové). Podnikateľ k tomu, aby bol úspešný, musí zmapovať veľkosť trhu, jeho mieru atraktivity či ziskovosť. Všetky tieto informácie možno získať z dvoch zdrojov – primárnych a sekundárnych, jak tvrdia obaja autori. Prvým sú primárne zdroje, kam sa radia informácie od obchodných partnerov, dodávateľov, klientov alebo z prieskumu formou ankiet a dotazníkov. Druhým zdrojom sú sekundárne zdroje, ktoré zahŕňujú informácie zo štátnych štatistík, národných a medzinárodných databáz i z internetu.

3.2 Analýza konkurencie

Kotler (2001) vníma konkurenciu ako všetky podnikateľské subjekty, ktoré usilujú o priazeň určitej skupiny zákazníkov takisto ako ďalšie subjekty v rámci určitého odvetvia. K tomu aby bola firma úspešná, potrebuje identifikovať sivou konkurenciu, zistiť ich stratégiu, ciele či slabé stránky a prednosti. Predmetom analýzy musia byť nie len súčasní, ale aj budúci konkurenti, ktorí pre daný podnik znamenajú tiež podnikateľskú hrozbu. Znalosť konkurenčných subjektov umožní danému podniku, aby bol vždy krok pred nimi. Jedine tak môže podnik zvíťaziť v konkurenčnom boji o zákazníka. Celá analýza by mala byť urobená pred zahájením samotného podnikania. Firma však nesme zaspať na vavrínoch. Konkurenčná analýza musí byť spracovaná systematicky, aby mohli byť prípadné slabiny v konečnom dôsledku premenené na konkurenčnú výhodu. Prínosom je teda nie len lepšia orientácia na trhu, ale aj zistenie silných a slabých stránok podniku.

Analýza má zistiť, či uvádza konkurencia na trh nové výrobky, na akých trhoch pôsobia, aký je jej tržný podiel, či v čom daná firma konkuruje (cenou, kvalitou apod.).

Nesmieme však zabudnúť, že na tom pomyselnom mieste stojí vždy podrobná znalosť potrieb zákazníka, bez ktorej nie je možné efektívne analyzovať konkurenciu (Kotler, 2001)

3.3 Analýza zákazníkov

Analýza zákazníkov je rovnako dôležitá, keďže jedine tak bude firma ponúkať výrobky a služby odpovedajúce potrebám ich zákazníkov. Podnik ju robí preto, aby porozumel tomu, kto sú jeho zákazníci a čo konkrétne požadujú. V prípade, že sa podniku podarí vyrobiť taký produkt, ktorý efektívne uspokojí potreby zákazníkov, môže získať konkurenčnú výhodu. Z tohto dôvodu musí byť konkurenčnému rozboru venovaná maximálna pozornosť. Zákazník si totiž bude vyberať taký výrobok, ktorý mu bude najlepšie vyhovovať a vyrieši jeho problém (Srpová, Řehoř, 2010).

Cieľom analýzy zákazníkov je teda podrobná znalosť potrieb a požiadavkou súčasných, ale aj budúcich zákazníkov. Jedine potom podnik dokáže určiť, čo, kedy a kde bude poskytovať daným zákazníkom, identifikovať motívy zákazníka, či nákupné zvyklosti.

Je nutné podotknúť, že za zákazníka nie je možné považovať len konečného spotrebiteľa výrobku, a ani odberateľa, ktorý sa k nemu dostane. Predmetom analýzy tak musia byť všetky zainteresované skupiny zákazníkov (Srpová, Řehoř, 2010).

Informácie od cieľového zákazníka som získal pomocou dotazníka.

Dotazník je najznámejší a najbežnejší spôsob zhromažďovania primárnych informácií pre akýkoľvek výskum a rozhodovanie. Ide o zber informácií na základe odpovedí skúmaných osôb prostredníctvom dotazníku – kladením otázok. Napríklad získanie poznatkov o informovanosti, postojoch, preferenciách a kúpnom správaní spotrebiteľa. Výhodou tejto metódy je jej prispôsobivosť, nenáročnosť a nízke náklady v porovnaní s experimentom, resp. pozorovaním. Nevýhodou je neochota odpovedať na otázky, neschopnosť respondentov odpovedať na otázky a najmä možná nízka návratnosť dotazníkov. Samotné dotazovanie sa môže realizovať osobným rozhovorom, telefonicky alebo písomne poštou, resp. elektronicky. Kontaktnú metódu volíme v závislosti na požadovaných informáciách, na počte a type respondentov, s ktorými sa kontaktujeme (Srpová, Řehoř, a kol., 2010).

Podľa Kellera (Keller, 2007) je dotazník dôležitý pri prípravnom výskumu, kedy výskumník pátra skôr po tom, ako ľudia myslia, než aby zisťoval, koľko u nich myslí určitým spôsobom. Vďaka svojej flexibilitě je ďaleko najbežnejším nástrojom, ktorý sa pri zbieraní dát používa.

Ja sa s autormi stotožňujem, dotazník by mal byť zrozumiteľný a jednoznačný, zameraný na problematiku a jednoduchý pre respondentov, ale taktiež pre spracovateľa aby mu priniesol dostatok potrebných informácií.

3.4 Nástroje analýzy podnikateľského prostredia

Aby bol podnikateľský zámer čo najefektívnejší, musí spoločnosť zbierať informácie o prostredí, v ktorom sa chystá podnikat'. Práve prostredie významne ovplyvňuje budúcu úspešnosť danej spoločnosti. Její podrobnejšia informovanosť (o konkurencii či zákazníkoch apod.) môže v konečnom dôsledku túto úspešnosť zvýšiť. Prato je treba stále kontrolovať konkurenčnú ponuku a znížiť sa ponúknuť zákazníkovi taký produkt, ktorý upúta jeho pozornosť a donúti ho k samotnej kúpe. Predmetom skúmania však nesmie byť len konkurencia či zákazníci, ani samotná spoločnosť.

3.4.1 SWOT analýza

Jak zmieňuje Jakubíková (2008), cieľom SWOT analýzy je identifikovať, do akej miery sú súčasná stratégia spoločnosti úspešná, aké sú jej špecifická silné a slabé miesta, či tu je schopná reagovať na meniace sa prostredie.

SWOT analýza sa skladá z dvoch analýz, a to vnútornej analýzy silných a slabých stránok (SW) a analýzy vonkajších príležitostí a hrozieb (OT), ktoré prichádzajú z vonkajšieho makro prostredia i mikro prostredia. Tu teda sledujeme napríklad faktory politicko-právne, ekonomické, sociálno-kultúrne, technologické, ale tiež aj zmeny na strane zákazníkov, dodávateľov, odberateľov, konkurencie atd.

Druhým krokom býva už zmienená analýza SW, ktorá skúma, či sú dosiahnuté ciele spoločnosti, rovnako s jej organizačnou štruktúrou, či zdroje. Faktory, predstavujúce silné a slabé miesta spoločnosti sa určujú pomocou rôznych vnútropodnikových analýz a hodnotiacich systémov. Jednotlivým faktorom je následne prisúdená váha (od 1 do 5), a ďalej sú vyhodnocované pomocou škálovanej metódy. Obvykle sa používa škála v rozmedzí -10 až +10, pričom 0 znamená, že kritérium nie je zaradené ani medzi silné, ani medzi slabé stránky. Všetky ohodnotené faktory sa zobrazia do tabuľky. Posledným

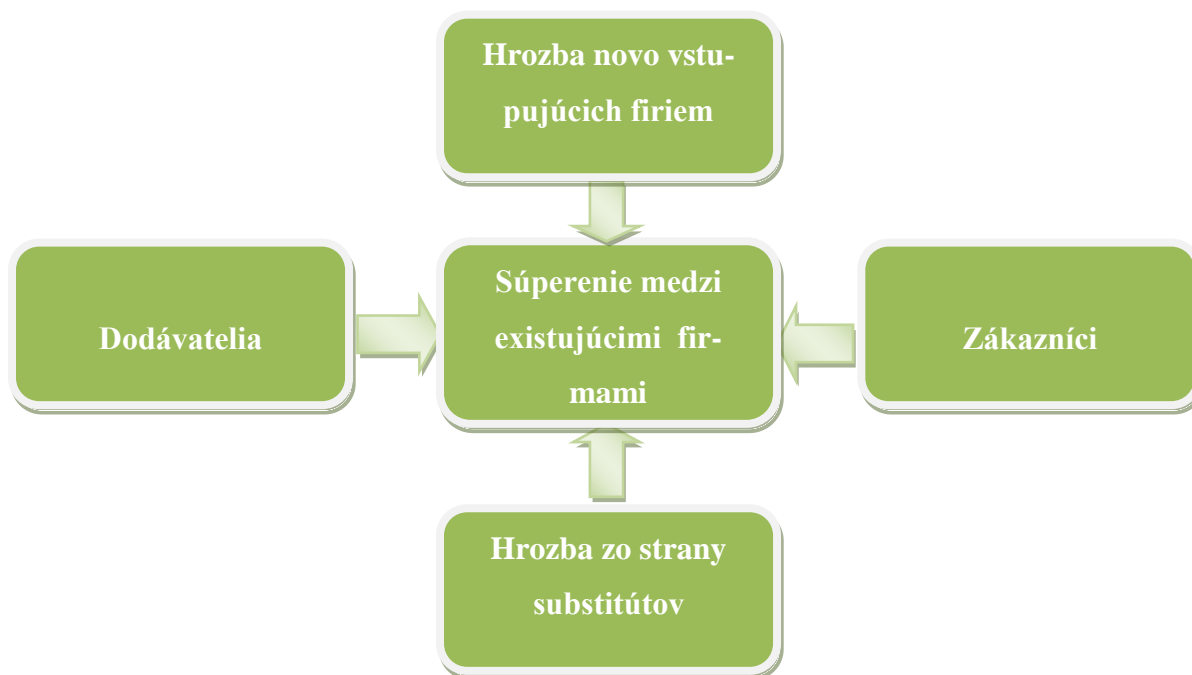
krokom je vytvorenie tzv. konfrontačnej matice, v ktorej sa proti sebe zobrazujú silné, slabé stránky a príležitosti, ohrozenia (Jakubíková, 2008)

Výsledky SWOT analýzy potom môžu byť využité pri celopodnikovom či marketingovom plánovaní, pri formulácii vhodnej marketingovej stratégie apod.

3.4.2 Porterova analýza

Konkurencia v odvetví predstavuje päť základných konkurenčných síl (viď Obr. 3.1), a to súčasná, potenciálna konkurencia, dodávatelia, zákazníci a substitučné výrobky či služby. Dedouchová (2001) podotýka, že pomocou vhodnej konkurenčnej stratégie môže podnik nájsť také postavenie na trhu, kedy bude schopný čeliť konkurenčným silám, poprípade ich pôsobenie obráti vo svoj prospech. Hlavný kľúč k vypracovaniu stratégie spočíva v hlbkej analýze zdrojov všetkých pôsobiacich síl, ktorých súhrnné pôsobenie býva bolestivé pre všetkých konkurentov.

Obr. 1. Porterov model piatich konkurenčných síl (Dedouchová, 2001)



a) Hrozba novo vstupujúcich firiem

Novo vstupujúce firmy do odvetvia majú tiež v pláne získať čo najlepšiu konkurenčnú tržnú pozíciu a znamenajú tak hrozbu pre ziskovosť súčasných podnikov. Príchod novej

konkurencie závisí na prípadných bariérach vstupu do daného odvetvia (napr. úspory z rozsahu, diferenciacie produktu, kapitálová náročnosť, prístup k distribučným kanálom, legislatívne opatrenia apod.). Keďže je riziko vstupu do odvetvia nízke, súčasné podniky môžu túto skutočnosť využiť ku zvýšeniu ceny, dosiahnutia vyššieho zisku. Opačne je tomu v prípade vysokej hrozby vstupu.

b) Súperenie medzi súčasnými konkurentmi

Intenzita konkurenčného boja medzi súčasnými konkurentmi je daná snahou, ktorou súperiace podniky usilujú o získanie lepšej tržnej pozície. Konkurencia medzi sebou bojuje napríklad prostredníctvom cien, kvality výrobku či služby, reklamných kampaní apod. podľa meniacich sa tržných podmienok. Stratégia, ktorou bojuje firma proti svojej konkurencii býva najčastejšie ofenzívna, kedy jej primárnou snahou je získať lepšiu tržnú pozíciu a konkurenčnú výhodu nad svojimi súpermi. V prípade, že sa firma rozhodne iba brániť svoju súčasnú pozíciu, bude realizovať stratégiu defenzívnu.

V prípade nízkej konkurencie majú podniky príležitosť zvýšiť ceny a dosiahnuť vyššieho zisku, čo v konečnom dôsledku prinesie cenové vojny. Výsledkom potom bude znižujúca sa ziskovosť a výnos, ktorého by firmy dosiahli, keby spolu nesúperili. Hrozbu cenových vojen je možné odvrátiť napríklad zmenami v kvalite či designu výrobkov.

c) Hrozba zo strany substitútov

Ďalšiu konkurenčnú hrozbu predstavujú substitúty určujúce akési cenové stropy. Nižšia cena substitútu totiž býva pre zákazníka často rozhodujúca. Sila substitútov je významnejšia tiež ich vyššou kvalitou či nižšími nákladmi prechodu zákazníka k týmto produktom. Firmy tak musia sledovať vývoj ich predaja a porovnávať ich s predajom produktov vlastných.

d) Vplyv zákazníkov

Sila zákazníkov je takisto značná, keďže im dovoľuje tlačiť ceny dole, tlačiť výrobcov, aby produkovali výrobky vyššej kvality či poskytovali širšie služby. Týmto správaním stavajú konkurenčné firmy proti sebe. Vyjednávacia sila zákazníkov rastie napríklad v prípade, že:

- existuje málo zákazníkov, ktorí nakupujú veľké množstvo výrobkov (pôsobí na znižovanie cien prostredníctvom množstevných zliav apod.),
- sú náklady na prechod k inému dodávateľovi nulové alebo minimálne,
- daný produkt nepredstavuje dôležitý, pre zákazníka nevyhnutný výrobok,

- môžu nakupovať vstupy od niekoľko dodávateľov.

e) Vplyv dodávateľov

Poslednou konkurenčnou silou sú dodávatelia, ktorí sú schopní zvyšovať ceny, ktoré musia výrobcovia zaplatiť, alebo môžu znižovať kvalitu svojich dodávok, čo, rovnako ako v prvom prípade, prináša klesajúci zisk. V opačnom prípade, kedy majú dodávatelia slabú zmluvnú silu, môžu naopak firmy požadovať, aby im zaistovali dodávky za nižšiu cenu či zvyšovali ich kvalitu. Platí tu v podstate obdobné podmienky, ako u zákazníkov (Dedouchová, 2001)

PRAKTICKÁ ČASŤ

4 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU PONUKY A DOPYTU

Pre zhodnotenie aktuálnej situácie na trhu, či už zo strany konkurencie, alebo zo strany zákazníkov. V tejto práci som zmapoval analýzu trhu, jak zo strany dopytu, tak zo strany ponuky. Na tieto účely som aplikoval SWOT analýzu a Porterovu analýzu.

4.1 Analýza konkurenčného prostredia

Medzi dôležité atributy pri prieskumu trhu je aj analýza konkurenčného prostredia. Zameral som sa len na priamu konkurenciu v bližšom okolí podniku. Na základe pozorovania a z vlastných skúseností som urobil analýzu konkurencie na základe skutočností s použitím Porterovej analýzy.

Konkurencia

Na základe konkrétnych vlastností a ponúkaných služieb som určil 12 kritérií, podľa ktorých som hodnotil konkurenčné podniky na stupnici 1 – 5, kde 1 je najlepšie a 5 je najhoršie hodnotenie.

Kritéria, podľa ktorých boli reštaurácie hodnotené:

1. Prvý dojem interiéru pri vstupe
2. Pozornosť personálu pri vstupe nového zákazníka
3. Rýchlosť obsluhy
4. Vzhľad jedálneho a nápojového lístku
5. Obsah jedálneho a nápojového lístku
6. Kvalita a chuť jedla
7. Hygiena v kuchyni
8. Čistota prostredia
9. Vybavenie reštaurácie
10. Výnimočnosť inventára
11. Cena výrobkov
12. Reklama zariadenia

Tab. 4. Hodnotenie konkurencie podľa kritérií (Vlastné spracovanie)

Reštaurácia/Kritériá	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Celkom	Poradie
Penzión Hoffer	3	4	3	2	3	3	1	2	3	4	2	4	34	3.
Reštaurácia Slovenská koliba	1	2	1	2	2	3	3	2	4	4	2	5	31	2.
Steak House	2	4	5	3	2	2	2	2	3	3	4	4	36	4.
Viecha Jášter	3	1	1	3	4	3	4	3	2	2	1	5	32	1.

Zákazníci

Očakáva sa, že hlavnými zákazníkmi budú rodiny s deťmi z okolitých dedín a miest. V bližšom okolí sú dve väčšie mestá – Piešťany a Trnava. Keďže reštaurácia sa nachádza v dobrej strategickej pozícii, tak predpokladám, že časť hostí budú tvoriť aj okoloidúci motoristi, pretože dedina Bučany sú výjazdovým bodom na diaľnicu. Podrobnejšia analýza zákazníkov je uvedená v kapitole č. 4. 3, v ktorej sú uvedené výsledky prieskumu trhu formou dotazníku.

Dodávateľia

Dodávateľia sú pre každý podnik veľmi dôležití. Pri ich výbere bolo zohľadnené veľké množstvo kritérií ako je kvalita, cena, dodávateľský cyklus, dobré meno, platobné podmienky, spoľahlivosť, marketingové aktivity dodávateľov, či ich vzdialenosť, šírka ponúkaného sortimentu, obľúbenosť ich produktov, alebo tradícia.

Tab. 5. Dodávateľia a dôvody výberu

DODÁVATEĽ	DÔVODY VÝBERU
Mabo s. r. o. Kolmá ul. 4 851 01 Bratislava - Petržalka	<ul style="list-style-type: none"> • Kvalita poskytovaných výrobkov • Široký sortiment ponúkaných výrobkov • Dodávkový cyklus • Široký sortiment výrobkov
Farma Lúčny Dvor Ing. Čapkovič Lúčny Dvor 925 28 Pusté Úľany	<ul style="list-style-type: none"> • kvalita • dodávateľský cyklus • platobné podmienky • spoľahlivosť • tradícia

	<ul style="list-style-type: none"> • promptnosť
METRO Cash & Carry Slovakia s.r.o. Senecká cesta 1881 900 28 Ivanka pri Dunaji	<ul style="list-style-type: none"> • cena • dobré meno • platobné podmienky • marketingové aktivity dodávateľa • široký sortiment • spoľahlivosť
Coca-Cola HBC Slovenská republika s.r.o. Tuhovská 831 07 Bratislava 35	<ul style="list-style-type: none"> • cena • dodávateľský cyklus • platobné podmienky • marketingové aktivity dodávateľa • obľúbenosť tradícia • široký sortiment
Poľnohospodárske družstvo Ivanka pri Nitre Novozámocká 183/408 951 12 Ivanka pri Nitre	<ul style="list-style-type: none"> • sortiment • kvalita • cena • dobré meno • spoľahlivosť • tradícia • blízkosť prevádzky
Anna Bokorová – výroba múčnych a zemiakových výrobkov Hlavná 43 919 33 Trakovice	<ul style="list-style-type: none"> • kvalita • cena • dodávateľský cyklus • dobré meno • tradícia • široký sortiment • promptnosť • blízkosť dodávateľa • neuveriteľná ochota
Marges extra s. r. o. Medzi mostami 1 040 01 Košice	<ul style="list-style-type: none"> • Výnimočnosť ponúkaných výrobkov • Platobné podmienky • Kvalita poskytovaných výrobkov
Internetový obchod kavicka.sk	<ul style="list-style-type: none"> • Spoľahlivosť a cenová politika • Nízke náklady na prepravu • Pravidelnosť dodávok

Substitúty

Pre reštauráciu budú substitúty všetky podniky pohostinského typu (etnické reštaurácie, gril bary, pizzerie, fast food, motoresty, hotely), ktoré uspokojujú zákazníka. Takisto sem môžu patriť aj:

- Kaviarne,
- Vinárne,

- Cukrárne,
- Čajovne,
- Kluby,
- Diskotéky.

Na súčasnom trhu dominujú tieto gastronomické trendy:

Rýchle stravovanie:

- združovanie zariadení fast food v obchodných centrách
- formy predaja fast food sú konzumácia na mieste, konzumácia mimo miesto predaja, predaj cez pult, automaty
- do popredia sa tlačia silné reťazce

Zážitková gastronómia:

- predmetom zážitku nie je iba samotné jedlo
- zážitok prináša interiér, exteriér, hudba i animácia

Etnické kuchyne:

- zvyšuje sa význam niektorých kuchýň
- používanie originálnych surovín a receptúr
- zachovanie etnického charakteru jedla
- dôležitý je aj interiér gastronomického zariadenia – korešponduje s etnickou kuchyňou

Racionálne kuchyne:

- najviac využívanými surovinami sú ovocie a zelenina, cestoviny, ryby, dary mora, hydina a celozrnné výrobky
- využívajú sa zelené koreniny a ako nápoje sa podáva čistá a minerálna voda, či bylinný čaj
- obmedzovanie živočíšnych tukov, soli, rafinovaných cukrov, používajú sa za studena lisované oleje
- surová strava, či ľahké tepelné úpravy

- najmä čerstvé šaláty a bioprodukty

Convenience food:

- potraviny, ktoré nemajú charakter základnej potravinárskej suroviny, sú teda už spracované a pripravené mimo vlastnej kuchyne

Distribučné systémy:

- catering
- party service
- donášková služba
- predaj formou automatov

Autorské kuchyne:

- originálne receptúry pohostinského zariadenia.

Reštaurácia, ktorú prevádzkujem by som mohol zaradiť do zážitkovej gastronómie, vzhľadom k tomu, že celé stravovanie v tomto podniku je zážitkom. Od tradičných a zároveň originálnych receptúr, cez prostredie, ktoré je pripravené pre zákazníkov. Ďalej ho môžeme zaradiť do autorskej kuchyne, pretože sa tu používajú vlastné a originálne receptúry a v neposlednej rade aj medzi etnickú kuchyňu, keďže hlavným produktom reštaurácie sú slovenské špeciality prevažne zo západnej časti krajiny.

4.1.1 Zhodnotenie výsledkov Porterovej analýzy

Najväčšiu z piatich Porterových síl vidím práve v substitútoch. Tým, že zákazníci sú čím čoraz väčšími nároční, podnik musí byť flexibilný a vedieť sa prispôbovať novým trendom v modernej gastronómii. Práve rozmanitosť kuchýň a sledovanie najnovších trendov môže byť pre reštauráciu výhodou, no ale zároveň aj hrozbou, v prípade, že podnik nedokáže ísť s dobou a prispôbovať sa čoraz lepším technológiám spôsobu prípravy pokrmov.

4.2 Analýza prostredia – SWOT analýza

Neustále sledovať a vyhodnocovať najnovšie trendy vo vývoji v stále sa meniacom vonkajšom prostredí, identifikovať trendy alebo smer vývoja ako príležitosť alebo hrozbu, je

v súčasnosti pre firmu nevyhnutnosť. To, čo sa na prvý pohľad zdá ako príležitosť, vo vzťahu k podnikovým zdrojom, kultúre, uplatňovanej stratégii vôbec nemusí byť.

Každý podnik má poznať prostredie, v ktorom sa nachádza, pričom na toto slúži vypracovanie SWOT analýzy, v ktorej sa skúma interné a externé prostredie. V rámci interného prostredia sa skúmajú silné a slabé stránky podniku a v rámci externého prostredia príležitosti a ohrozenia podniku.

Tab. 6: SWOT analýza reštaurácie

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> ▪ jedinečnosť a originalita ▪ kvalita ▪ príjemné prostredie ▪ terasa ▪ detský kútik, detské preliezačky ▪ kapacita podniku a veľké priestory ▪ bezbariérový prístup ▪ nefajčiarske stredisko ▪ organizovanie gastronomicko-spoločenských podujatí ▪ kvalifikovaný personál ▪ ceny ▪ parkovisko ▪ hygiena ▪ používanie moderných technológií ▪ tradičná výroba jedál a nápojov 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ neskúsenosť s riadením pohostinského zariadenia ▪ finančná zadlženosť ▪ v zime žiadne fajčiarske priestory ▪ v budúcnosti budú na budove nutné ďalšie rekonštrukcie
PRÍLEŽITOSTI	OBMEDZENIA
<i>Globálne</i>	<i>Globálne</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ politická situácia ▪ legislatíva na podnikanie ▪ daňové zaťaženie ▪ podpora začínajúcich podnikateľov ▪ Schengenský priestor ▪ miera inflácie ▪ rast reálnych miezd 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zavedenie eura ▪ živelné pohromy ▪ finančná a hospodárska kríza ▪ nezamestnanosť ▪ zvyšovanie kriminality ▪ odvodové zaťaženie
<i>Konkurenčné</i>	<i>Konkurenčné</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ sezónnosť ▪ dodávatelia ▪ konkurencia je vzdialená ▪ rozvoj regiónu ▪ členstvo vo zväze hotelov a reštaurácií 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ špecifikácia priorít ľudí

4.2.1 Zhodnotenie SWOT analýzy

Z vyššie uvedenej SWOT analýzy vyplýva predpoklad, že podnik sa môže uchýtiť na trhu, bude úspešný a prosperujúci. Bude pretrvávajúť snaha zlepšovať silné stránky a eliminovať

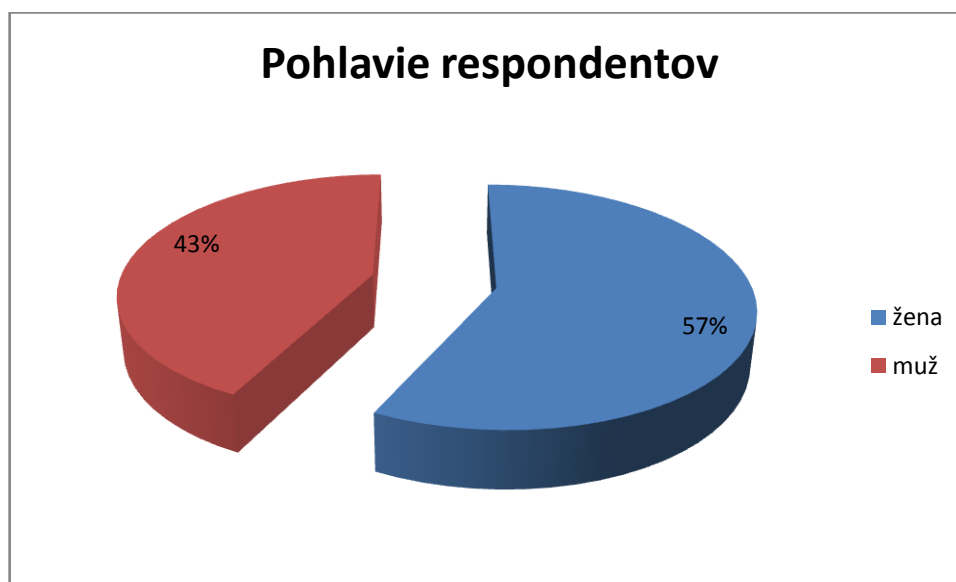
slabé stránky reštaurácie a taktiež snažiť využívať príležitosti a robiť opatrenia, ktoré zmiernia ohrozenia tohto podniku.

4.3 Analýza dopytu po ponúkaných službách

Táto kapitola je určená na zanalyzovanie reálnej potreby podniku v danej lokalite, a načrtla prehľad potenciálnych zákazníkov. Mala by nám objasniť, či bude vhodné aby na tomto mieste stálo gastronomické zariadenie tohto typu.

Vzhľadom k faktu, že v blízkom okolí je to jediný podnik tohto typu, sú cieľovou skupinou obyvatelia okolitých obcí, najmä však rodiny s deťmi. Formou dotazníka som vykonal rozsiahly marketingový prieskum okolí dediny Bučany, pričom som oslovil 100 respondentov v minimálnom veku 16 rokov, pričom bolo kladených respondentom 11 otázok. Tento prieskum bol vykonaný v čase od 12. – 26. mája 2012 v obciach Bučany, Trakovice, Malženice, Žlkovce, ratkovce a Leopoldov. Z celkového množstva rozdanych dotazníkov sa vrátilo 68 dotazníkov, čiže 68%. Na vzorke 68 dotazníkov som sa venoval jednotlivým bodom dotazníka. V prílohe P VII uvádzam vzor dotazníka.

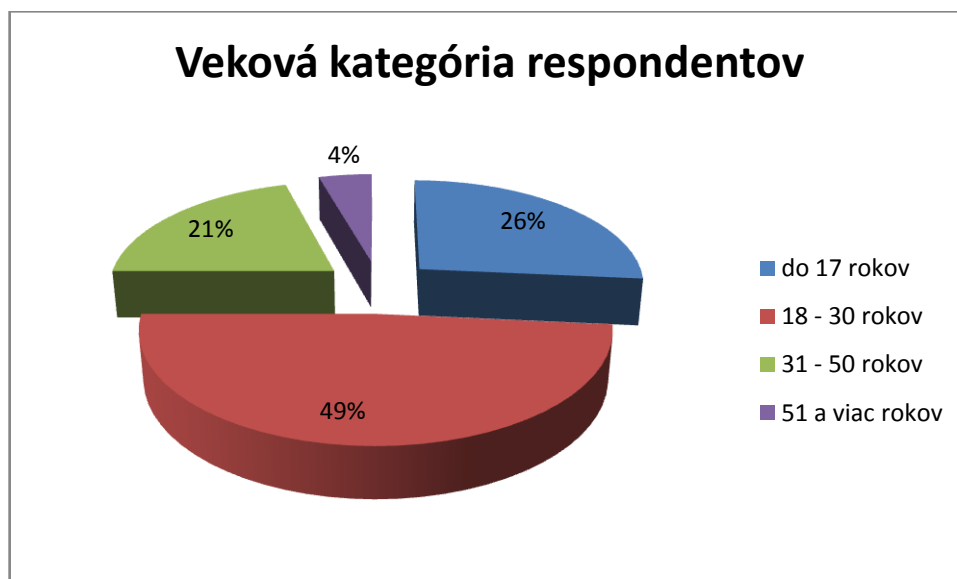
Uvedeného dotazníkového prieskumu sa zúčastnilo 68 respondentov, z toho 29 mužov a 39 žien. V percentuálnom vyjadrení je to 57% žien a 43% mužov.



Obr. 2. Pohlavie respondentov

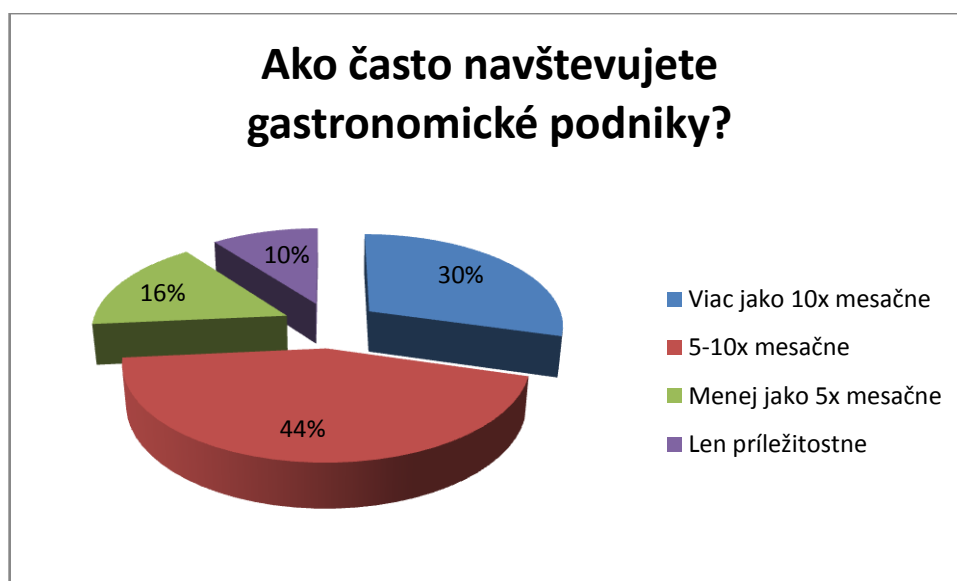
Veková kategória opýtaných bola vo väčšine kategória vo veku od 18 do 30 rokov. Druhá najpočetnejšia skupina bola kategória do 17 rokov, ktorá tvorí 26% respondentov, ďalej

kategória vo veku 31 – 50 rokov s počtom 21% a iba jeden respondent vo veku viac ako 51 rokov.



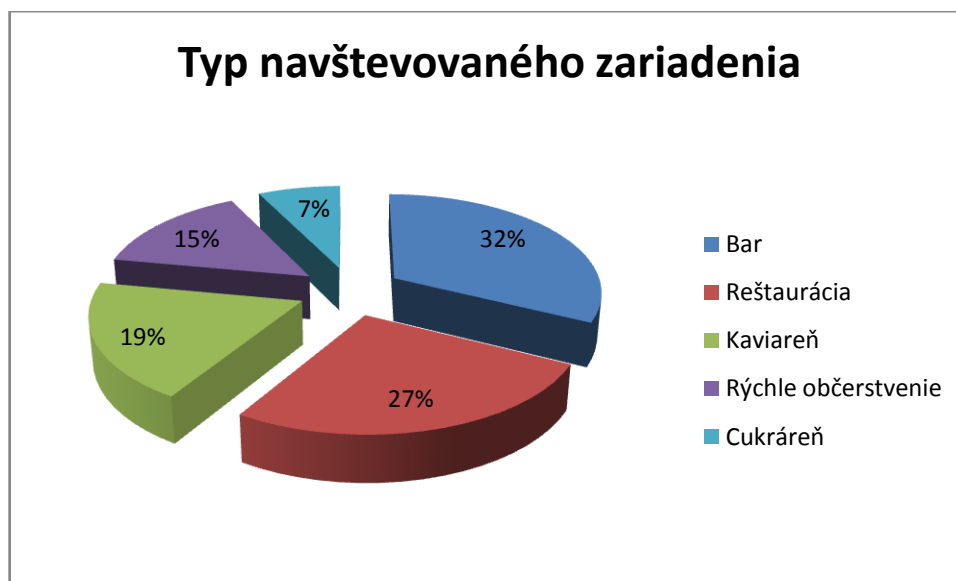
Obr. 3. Veková kategória respondentov

V tretej otázke som zistoval, ako často navštevujú opítaní gastronomické podniky. Najviac ich bolo podľa očakávania v skupine 5 – 10 krát mesačne (44%). V závese za touto skupinou bola skupina, ktorá navštevuje gastronomické podniky viac ako 10 krát mesačne (30%). Najmenej početné skupiny tvoria respondenti, ktorí takéto podniky navštevujú menej ako 5 krát mesačne, prípadne len príležitostne.



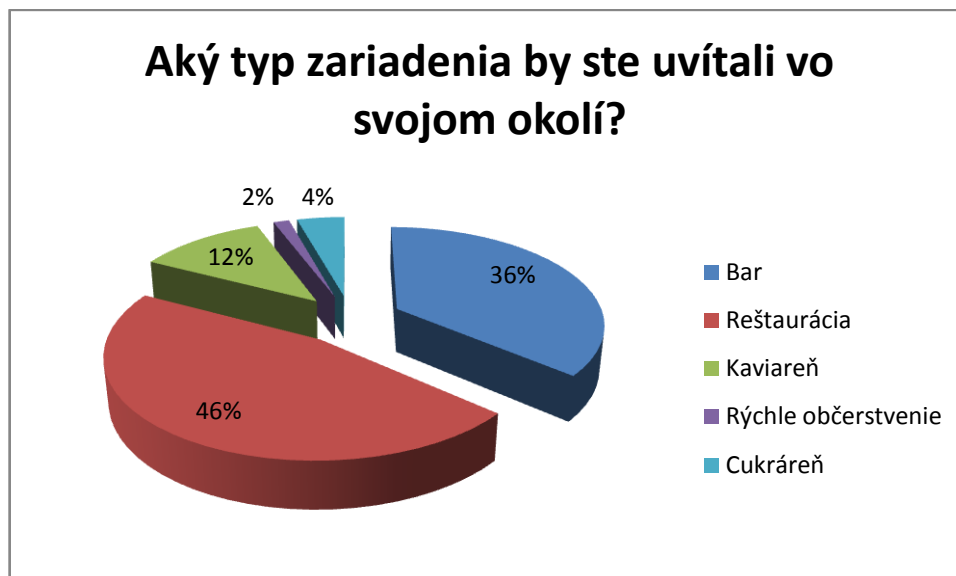
Obr. 4. Frekvencia navštevovania gastronomických podnikov

Štvrtá otázka mi poskytla prehľad o tom, aké gastronomické zariadenia navštevujú opýtaný najčastejšie. Najpočetnejšia skupina s podielom 32% ich navštevuje bar. Domnievam, že je to spôsobené tým, že väčšina z respondentov je z obce Bučany a blízkeho okolia, a v tejto lokalite prevládajú miestne bary a pohostinstvá. Čo ma prekvapilo, tak je druhá najpočetnejšia skupina, ktorú tvoria návštevníci reštaurácie s podielom 27%. Ďalšie skupiny sú uvedené v grafe.



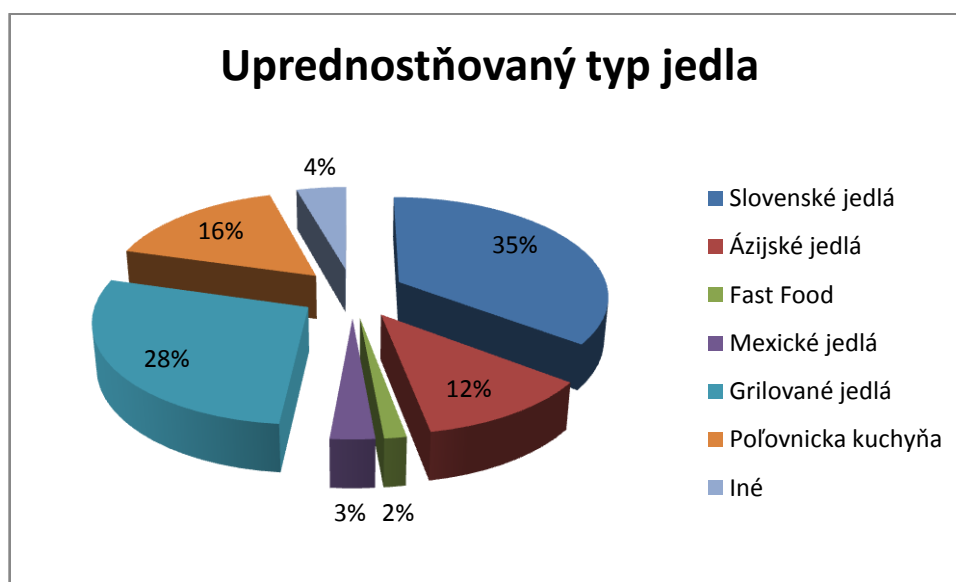
Obr. 5. Typ navštevovaného zariadenia

Jedna z najdôležitejších otázok však patrila otázke číslo päť. Týka sa typu gastronomického zariadenia, ktorý by miestni respondenti najviac uvítali v ich okolí. Potešilo ma, že až 45% respondentov by uvítalo reštauráciu. 36% by volilo bar, a len 12% kaviareň. Najmenšie skupiny respondentov sú tí, ktorí by volili rýchle občerstvenie (4%) a len jeden respondent by volil rýchle občerstvenie, čo ma prekvapilo, pretože 26% respondentov bolo vo veku do 17 rokov a to je práve veková kategória, ktorá obľubuje rýchle občerstvenie. V tomto prieskume sa to ale nepotvrdilo.



Obr. 6. Preferovaný typ zariadenia v budúcnosti

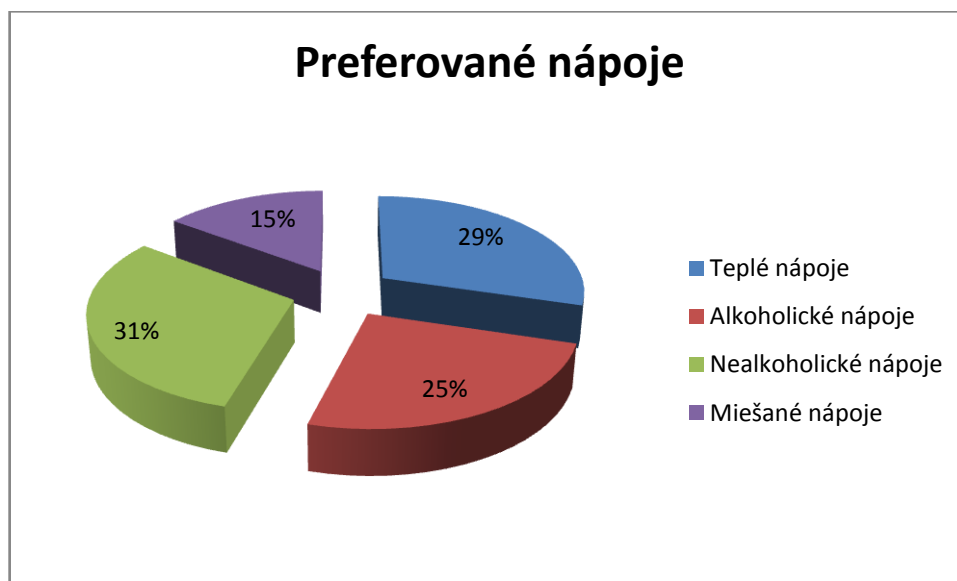
Nasledujúca otázka sa týkala preferencií typu jedla opýtaných respondentov. Ukázalo sa, že najobľúbenejšia je stále tradičná slovenská kuchyňa, ktorú uprednostnilo 35% respondentov. V tesnom závесе s 28% podielom boli grilované jedlá, ďalej 16% by uprednostnilo poľovnícke jedlá, 12% ázijské jedlá, a najmenšie podiely majú fast food, mexické jedlá a iné jedlá.



Obr. 7. Uprednostňovaný typ jedla

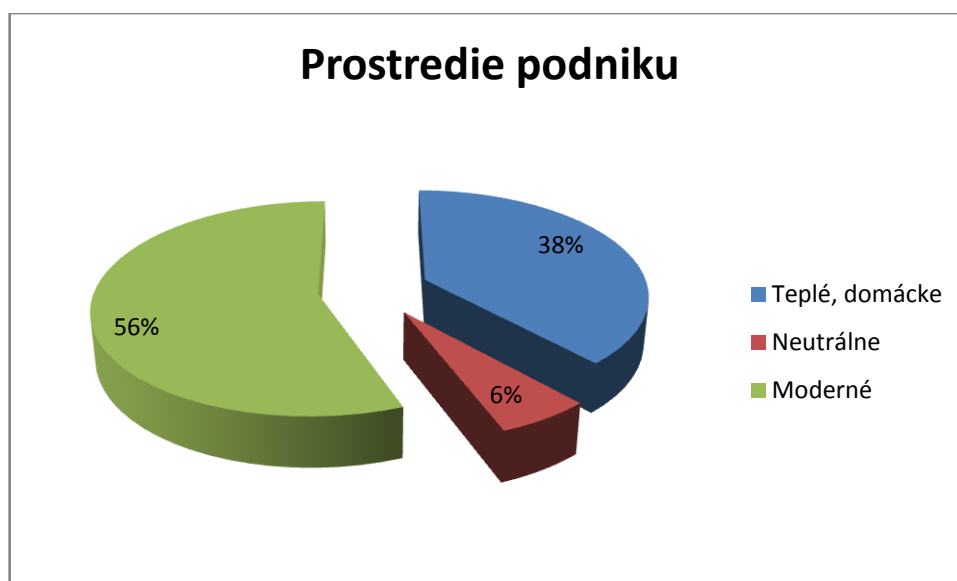
V siedmej otázke som zisťoval, aké su preferované nápoje. Čo ma prekvapilo je, že najmenej preferované su miešané nápoje s 15% podielom. Ďalej ma prekvapil aj vysoký podiel preferovaných teplých nápojov (29%), pretože prieskum som robil začiatkom leta leta, a povedal by som že v takomto období by to mal byť jeden z menej preferovaných.

Ďalej je početná skupina preferovaných s alkoholickými nápojmi (25%) a najviac z nich preferuje nealkoholické nápoje – až 31%.



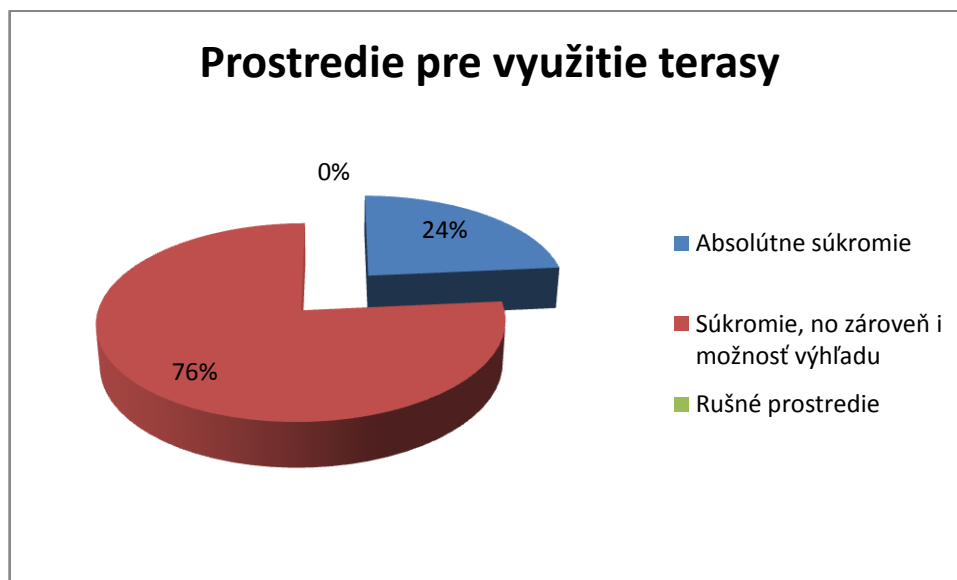
Obr. 8. Preferované nápoje

Ôsma otázka mi ukázala, akým smerom by sa mal podnik uberať, čo sa týka vzhľadu a štýlu celej reštaurácie. Veľké prekvapenie u mňa zbudilo to, že viac ako polovica respondentov (56%) by preferovalo moderné prostredie podniku. 38% by uprednostnilo teplé, domáce prostredie a len 6% by to bolo viac menej ľahostajné a volili by neutrálne prostredie.



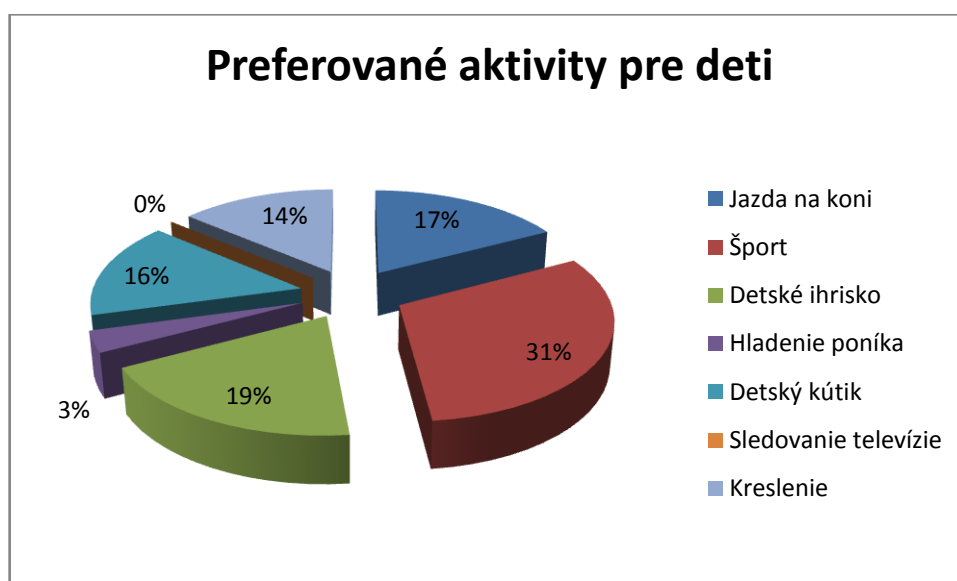
Obr. 9. Prostredie podniku

Čo sa týka vonkajšieho prostredia podniku, zamerajúca sa na terasu reštaurácie, viac menej jednoznačne by respondenti dali prednosť súkromiu s možnosťou výhľadu. 24% by volili absolútne súkromie a nikto nevolil rušné prostredie. Myslím si, že sa dalo predpokladať, že najvhodnejšia terasa by bola so súkromím a pekným výhľadom.



Obr. 10. Prostredie pre využitie terasy

Posledná desiatka otázka sa týka preferovaných aktivít pre deti. Podľa očakávania, žiaden z nich nevolil sledovanie televízie, len 3% by dali prednosť hladeniu poníka, 14% kresleniu, 17% jazde na koni, 19% by uprednostnilo detské ihrisko a najviac z nich (31%) by dalo prednosť športu všeobecne.



Obr. 11. Preferované aktivity pre deti

4.3.1 Zhodnotenie analýzy zákazníkov

Cieľom tejto analýzy bolo zhodnotiť a zistiť dôvody, ktoré by viedli k založeniu reštaurácie a takisto bližšie analyzovať prania a potreby zákazníkov. Teší ma, že sa prieskumom potvrdila potreba reštaurácie v okolí analyzovanej lokácie, čo sa potvrdilo v otázke číslo 5. Takisto podľa odpovedí otázky číslo 6 sa zistilo, že medzi preferované jedlá patrí slovenská kuchyňa a jej tradičné jedlá. Takýmto smerom sa bude aj reštaurácia uberať. Väčšina respondentov je z okolia dediny Bučany a to sa odzrkadlilo aj na ich obľúbenosti jedál, nápojov a typu reštaurácie. Namiesto moderného štýlu, je uprednostnený typ zariadenia domácky, na základe tradícií. Prekvapujúcim faktom bola aj preferencia konzumácie teplých nápojov v pohostinských zariadeniach, keďže prieskum som vykonával v letných mesiacoch.

4.4 Zhodnotenie výsledkov záverečných analýz

Na začiatku analytickej časti som zostrojil pomocou Porterovho modelu analýzu konkurenčného prostredia. Zhodnotením konkurencie, zákazníkov, dodávateľov a substitútov. Pretože sú zákazníci čoraz náročnejší tak s narastajúcimi požiadavkami je treba aby bolo podnik flexibilný a dokázal sa prispôbiť vždy novým trendom v gastronómii. Preto som dospel k záveru, že najviac bude pôsobiť sila substitútov.

V ďalšom kroku som spracoval SWOT analýzu prostredia, z ktorej je zrejmé že napriek nepriaznivej ekonomickej situácii sa vstup podniku na trh nejaví ako rizikový. Silnými stránkami podniku bude, že leží v dobrej lokalite, kde je frekventovaná hlavná cesta, a takisto neďaleko aj diaľnica. Ako obmedzenie vidím všeobecne vyššiu mieru nezamestnanosti.

Z analýzy dopytu po ponúkaných službách vyplýva, že najviac žiadaným podnikom je hneď po bare reštaurácia. Mal by sa niesť v svetle tradičnej slovenskej kuchyne a takisto aj interiér a vybavenie by sa malo niesť v tradičnom duchu. Na prekvapenie malá časť respondentov by žiadala podnik na moderný štýl. Z uvedených výsledkov z analýz vyplýva, že má význam pokračovať v tejto práci a spracovať podnikateľský plán.

5 ČASOVÁ ANALÝZA PROJEKTU

Časovú analýzu projektu som pojal z dvoch pohľadov. Preto som rozdelil túto kapitolu na časovú analýzu vypracovania projektu a časovú analýzu realizácie projektu, ktorou myslím samotné založenie podniku a uvedenie ho do prevádzky. Začiatok realizačnej časti projektu je naplánovaný na 1. októbra 2013. Obidve analýzy sú spracované v programe MS Project. Časovú analýzu realizácie projektu som spracoval aj pomocou programu QSB, kde som spracoval analýzu PERT.

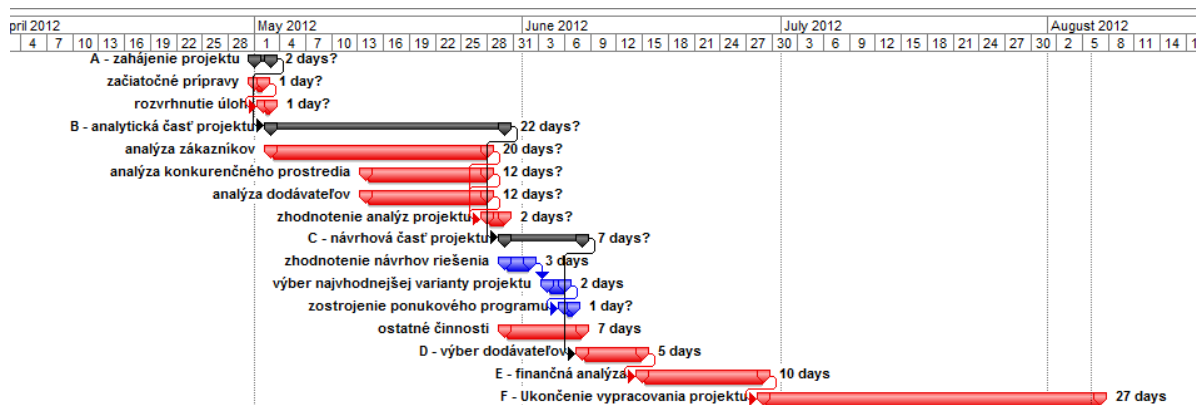
5.1 Časová analýza vypracovania projektu

V tabuľke uvádzam činnosti, ktoré sú zoradené v Tab. 7. Táto tabuľka zachytáva jednotlivé činnosti, ich sled, časový horizont a na ktoré činnosti nadväzujú.

Tab. 7. Spracovanie projektu

Činnosť	Názov činnosti	Doba trvania činnosti v dňoch	Predchádzajúca činnosť
A	Zahájenie projektu: - Začiatkové prípravy - Rozvrhnutie úloh	2	
B	Analytická časť projektu: - Analýza zákazníkov - Analýza konkurenčného prostredia - Analýza dodávateľov - Zhodnotenie analýz projektu	22	A
C	Návrhová časť projektu: - Zhodnotenie návrhov riešenia - Výber najvhodnejšej varianty projektu - Zostrojenie ponukového programu - Ostatné činnosti	7	B
D	Výber dodávateľov	5	C
E	Finančná analýza	10	D
F	Ukončenie vypracovania projektu	27	E

Zobrazenie časovej osi projektu je viditeľné na Obr. 12. Ganttov diagram som spracoval pomocou programu MS Project 2007.



Obr. 12: Ganttov diagram spracovaný pomocou programu MS Project 2007

5.2 Časová analýza realizácie projektu

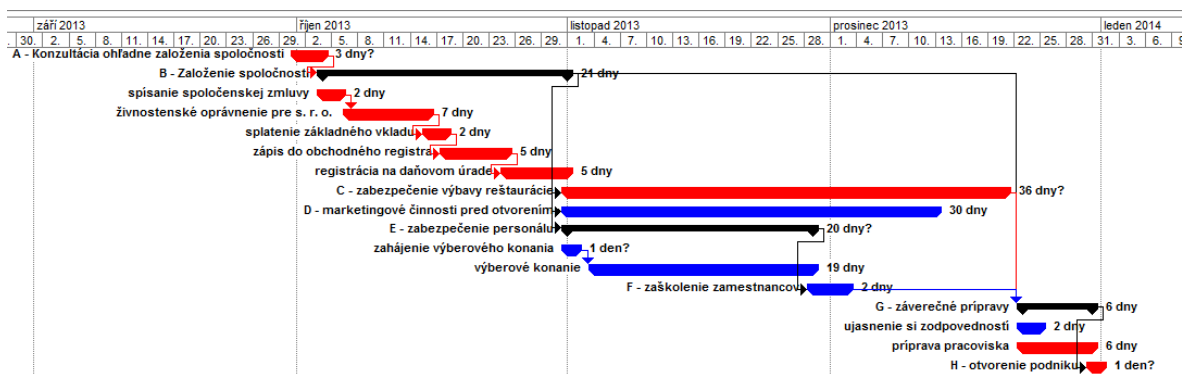
Tab. 8 a tab. 9 zachytáva zobrazenie jednotlivých činností a ich dobu trvania. Obr. 13 – Ganttov diagram ukazuje časovú osu realizácie projektu. Na tomto časovom harmonograme je vyznačená červenou farbou kritická cesta projektu, čiernou farbou hlavné činnosti, a modrou farbou časová úspora. Projekt by sa mal zahájiť 1. októbra 2013 a ukončený by mal byť 31. decembra 2013. Dátumy zahájenia a ukončenia jednotlivých činností sú v tab. 9.

Tab. 8: Činnosti realizácie projektu

Činnosť	Názov činnosti	Doba trvania činnosti v dňoch	Predchádzajúca činnosť
A	Konzultácia ohľadne založenia spoločnosti	3	
B	Založenie spoločnosti	21	A
C	Zabezpečenie výba-vy reštaurácie	8	
D	Marketingové činnosti pred otvorením	30	B
E	Zabezpečenie personálu	20	B
F	Zaškolenie zamestnancov	2	E
G	Záverečné prípravy	6	B, C, F
H	Otvorenie podniku	1	G

Tab. 9: Zadávací tabulka zpracovaná v programe MS Project 2007

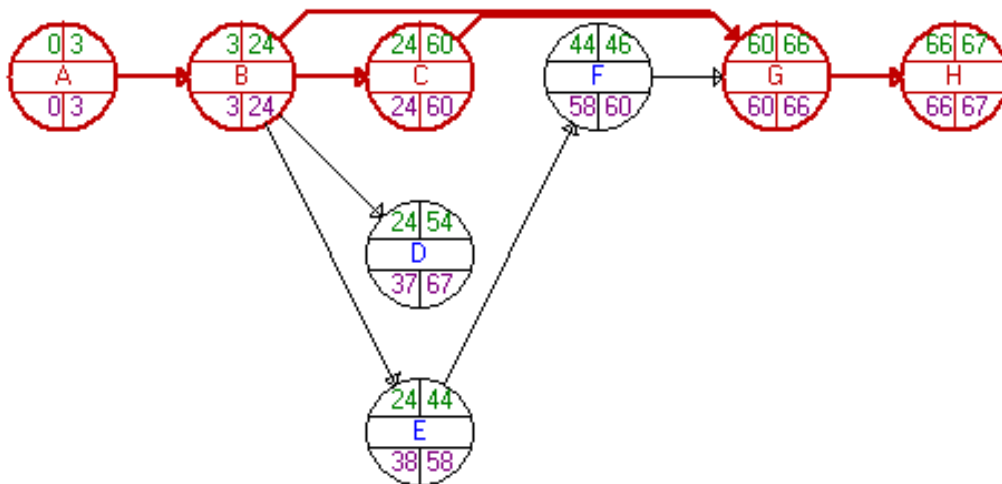
ID	Task Name	Duration	Start	Finish	Predecessors
1	A - Konzultácia ohľadne založenia spoločnosti	3 days?	Tue 1.10.13	Thu 3.10.13	
2	B - Založenie spoločnosti	21 days	Fri 4.10.13	Thu 31.10.13	1
3	spísanie spoločenskej zmluvy	2 days	Fri 4.10.13	Sat 5.10.13	
4	živnostenské oprávnenie pre s. r. o.	7 days	Mon 7.10.13	Tue 15.10.13	3
5	splatenie základného vkladu	2 days	Wed 16.10.13	Thu 17.10.13	4
6	zápis do obchodného registra	5 days	Fri 18.10.13	Thu 24.10.13	5
7	registrácia na daňovom úrade	5 days	Fri 25.10.13	Thu 31.10.13	6
8	C - zabezpečenie výbavy reštaurácie	36 days?	Fri 1.11.13	Fri 20.12.13	2
9	D - marketingové činnosti pred otvorením	30 days	Fri 1.11.13	Thu 12.12.13	2
10	E - zabezpečenie personálu	20 days?	Fri 1.11.13	Thu 28.11.13	2
11	zahájenie výberového konania	1 day?	Fri 1.11.13	Fri 1.11.13	
12	výberové konanie	19 days	Mon 4.11.13	Thu 28.11.13	11
13	F - zaškolenie zamestnancov	2 days	Fri 29.11.13	Mon 2.12.13	10
14	G - záverečné prípravy	6 days	Mon 23.12.13	Mon 30.12.13	2;8;13
15	ujasnenie si zodpovedností	2 days	Mon 23.12.13	Tue 24.12.13	
16	príprava pracoviska	6 days	Mon 23.12.13	Mon 30.12.13	
17	H - otvorenie podniku	1 day?	Tue 31.12.13	Tue 31.12.13	14



Obr. 13: Ganttov diagram spracovaný pomocou MS Project 2007

Tab. 10: Metóda CPM spracovaná pomocou programu WinQSB

08-06-2012 18:49:54	Activity Name	On Critical Path	Activity Mean Time	Earliest Start	Earliest Finish	Latest Start	Latest Finish	Slack (LS-ES)	Activity Time Distribution	Standard Deviation
1	A	Yes	3	0	3	0	3	0	3-Time estimate	0
2	B	Yes	21	3	24	3	24	0	3-Time estimate	0
3	C	Yes	36	24	60	24	60	0	3-Time estimate	0
4	D	no	30	24	54	37	67	13	3-Time estimate	0
5	E	no	20	24	44	38	58	14	3-Time estimate	0
6	F	no	2	44	46	58	60	14	3-Time estimate	0
7	G	Yes	6	60	66	60	66	0	3-Time estimate	0
8	H	Yes	1	66	67	66	67	0	3-Time estimate	0
	Project Completion Time		=	67	days					
	Number of Critical Path(s)		=	2						



Obr. 14: Grafické znázornenie metódy CPM spracované v programe WinQSB

Z obr. 14 môžem usúdiť, že činnosti, ktoré neležia na kritickej ceste sú činnosti D, E, F. Ako je vidieť aj v tab. 10, činnosť D je možné predĺžiť o 13 dní, a činnosti E a F o 14 dní.

6 PROJEKT PODNIAKTEĽSKÉHO ZÁMERU

Na základe analýzy som sa dopracoval k samotnému podnikateľskému zámeru založenia reštaurácie. Tento podnikateľský zámer bude mať nasledujúce hlavné časti:

- Zhrnutie
- Charakteristika podniku
- Produkt
- Odvetvie podniku
- Marketing
- Výroba – výrobné činnosti
- Ľudské zdroje podniku
- Finančné údaje

6.1 Zhrnutie

V tejto časti projektu sú popísané základné údaje o podniku.

6.1.1 Názov firmy

Weosy s. r. o.

Názov prevádzky: _Gazdovský dvor

6.1.2 Sídlo firmy

N. Teslu 4720/26, Piešťany 921 01

Adresa prevádzky: Bučany 142, 919 28

6.1.3 Kategória

Zosúladením práva Slovenskej republiky s právom Európskej únie je kategorizácia pohostinských zariadení na území Slovenskej republiky voľná. V platnosti je vyhláška ministerstva hospodárstva 277/2008 ZZ., kategorizujúca iba ubytovacie zariadenia.

6.1.4 Právna forma

- Právnická osoba
- Obchodná spoločnosť

- Spoločnosť s ručením obmedzeným v súlade Ochodným zákonníkom 513/1991 Zb.

6.1.5 Predmet podnikania

- Pohostinská činnosť
- Organizovanie kultúrnych a iných spoločenských podujatí v rozsahu voľnej živnosti
- Prieskum trhu a verejnej mienky v rozsahu voľnej živnosti
- Donášková služba

6.1.6 Ciele podnikania

Krátkodobé ciele podnikania:

- Zamestnávať kvalifikovaný personál (vzdelanie s hotelovou školou alebo výučným listom je podmienkovu)
- Zčať spláčať úver (byť shopný spláčať každý rok čiasku uvedenú v splátkovom kalendári)
- Dosiahnutie spokojnosti zákazníkov (aspoň 80%)

Hlavným cieľom podniku bude taktiež neznižovať ceny jedál a nápojov na úkor znižovania kvality.

Dlhodobé ciele podnikania:

- Udržať si dobré meno podniku
- Udržať si stálych zákazníkov (2 - krát ročne na základe ankety budú plnené prania a zlepšenia zákazníkov)
- Dosiahnutie dlhodobého zisku (minimálne 33 000 € za prvých 5 rokov podnikania)
- Obľúbenosť u zákazníkov (minimálne 90%)
- Pravidelné školenie zamestnancov (2 - krát ročne školnie ohľadom nových trendov v gastronómii)
- Zdokonaľovanie služieb (na základe Knihy praní a sťažností)

Medzi nemerateľné ciele patria dlhodobé udržanie si dobrého mena podniku a stále poskytoavať kvalitné služby.

6.1.7 Kľúčové osobnosti firmy

- Ján Koščo - spoločník
N. Teslu 4720/26, Piešťany 921 01
- Peter Koščo - spoločník
N. Teslu 4720/26, Piešťany 921 01

6.1.8 Cieľová skupina

Cieľovou skupinou je široká verejnosť uprednostňujúca domáce pokrmy a pokojnú atmosféru pred hektickým ruchom mesta. Sú to najmä rodiny s deťmi a obyvatelia okolitých dedín a prechádzajúci návštevníci.

6.1.9 Konkurencia

- Penzión Hoffer, Hlohovecká cesta, 951 42 Nitra, časť Zbehy
- Viecha Jáster, Dukelská 1, 920 01 Hlohovec
- Reštaurácia Slovenská koliba, Nádražná 84A, 920 41 Leopoldov.

6.1.10 Ústredný produkt

Ústredným produktom našej reštaurácie bude široký sortiment tradičných západoslovenských jedál pripravovaných najmä v tradičnej peci gazdovského dvora

6.1.11 Plánovaný dátum založenia firmy

1. január 2014

6.2 Charakteristika podniku

Reštaurácia je najmä príjemným miestom, kde si môže zákazník pochutiť na rozličných druhoch jedál a nápojov. Ponuka je založená na zvykoch a tradíciách. Počas celého roka si tu bude môcť zákazník pochutnať na tradičných slovenských jedlách ako je kačka pečená v tradičnej peci gazdovského dvora a lokša, či na zabíjačkových špecialitách. V prevádzke je taktiež gril, ktorý ponúka široké spektrum preň typických špecialít. Počas zimných mesiacov do ponuky pribúda poľovnícka kuchyňa. Vzhľadom na ponúkaný sortiment a lokalitu reštaurácie, do gazdovského sa budú preferovať tradičné materiály a to vzhľadom na tradície, najmä drevo. V takomto duchu sa nesie i logo podniku, ktoré uvádzam v prílohe P I.

6.2.1 Založenie a vznik spoločnosti

Obchodná spoločnosť Weosy s.r.o. bude založená dňa 5. októbra 2013 spoločenskou zmluvou, pričom návrh tejto zmluvy prikladám v prílohe P II. Po podpise zmluvy a následných zákonom stanovených náležitostiach na príslušnom okresnom súde bude podaný návrh na zápis do Obchodného registra. Následne sa odovzdá na jednotnom kontaktnom mieste obvodného úradu Trnava – odbore živnostenského podnikania vyplnený formulár pre právnickú osobu na ohlásenie voľnej, remeselnej alebo viazanej živnosti podľa paragrafu 45 odseku a) a paragrafu 46 zákona 455/1991 Zb. o živnostenskom podnikaní v znení neskorších predpisov, ktorého návrh je uvedený v prílohe P III.

6.2.2 Priestor

Podnik sa bude nachádzať v zrekonštruovanom gazdovskom dvore v dedine Bučany neďaleko Hlohovca. Situovaný je do blízkosti hlavnej cesty priamo naproti Obecnému úradu s kultúrnym domom. V blízkosti sa nachádza väčšina služieb poskytovaných v Bučanoch. Vďaka týmto faktom sa toto miesto stáva atraktívnym. Priestory, v ktorých sa bude reštaurácia prevádzkovať sú v tomto projekte uvedené ako vlastné. Boli nadobudnuté darovaním.

6.2.3 Pôvod a výška počiatočného kapitálu

Vlastné zdroje činia spolu 130 755 €. Keďže majiteľ nehnuteľnosti si neprial byť zverejnený, tak nehnuteľnosť budem pre tento projekt brať ako darovanú, so súhlasom majiteľa.

Ján Koščo 15 000 €

Peter Koščo 15 000 €

Darovaná budova s pozemkom v hodnote 100 755 €

Výška potreby počiatočného kapitálu je 45000 €. V kapitole 6.8.7 v tab. 16 sú uvedené jednotlivé položky pôvodu a výšky potreby počiatočného kapitálu.

6.2.4 Popis základného vybavenia

Exteriér a vstupná časť

Podnik sa nachádza priamo oproti Obecnému úradu s kultúrnym domom, ktorý ponúka zákazníkom výborné parkovacie miesta. Každého ihneď upúta budova reštaurácie, ktorá je

vložená medzi rodinné domy. Snažili sme sa zachovať tradíciu tohto miesta a preto je už na prvý pohľad zrejmé, v akom štýle sa celý podnik poniesie. Upúta svojou krémovou farbou ktorá je v dolnej časti doplnená kachličkami v zemitých farbách. Nájdeme tu len zopár drevených okien pôsobiacich pôvodne, ktoré skvele dopĺňajú logo podniku. Po prejdení akejsi uličky, ktorá chráni návštevníkom pred hlukom z cesty, sa naskytne pohľad na terasu, v pozadí ktorej sa nachádza menšia oáza zelene pozostávajúca z vŕby a niekoľkých okrasných rastlín. Nasleduje detské ihrisko vybavené drevenými preliezačkami a pieskoviskom. Celý tento priestor je ohraničený pôvodným tehlovým múrom. Na niekoľkých miestach múr tvorí akési zdanlivé pôvodné okná, ktoré poskytujú priestor pre veľké množstvo kaktusov a svietnikov, využívaných vo večerných hodinách. Na opačnej strane dvora sa nachádza stena reštaurácie, ktorá je ladená do tmavšej oranžovej farby ladiacej k tehlovému oploteniu. Je obsiata drevenými oknami, ktoré sú v letných mesiacoch obsiate kvetmi. Nedá sa nevšimnúť si vchodové dvere do reštaurácie, ktoré sú vyrobené podľa pôvodných dverí. Po vojení sa ocitneme v malej predsienke, ktorú zdobia zrkadlá. Po oboch stranách sa nachádzajú kovové nádoby na odloženie dáždnikov a taktiež kovové kvetináče, v ktorých sa nachádza mäta. Mäta je v zdanlivom protiklade s béžovými stenami. Tento kontrast vyrovnáva vzorovaná podlaha v zemitých farbách. Oproti nám sa nachádzajú ďalšie dvere. Sú totožné s predchádzajúcimi, avšak menšie. Všetky dvere sú vyrobené z tmavšieho dreva, z ktorého je vyrobená taktiež podlaha terasy.

Odbytová časť

Po prejdení predsienky sa ocitneme v chodbičke, ktorá je miestom pre vešiaky a taktiež miestom, kde sa rozhodujeme kam sa vydať – na ľavo sa nachádza menšia kaviarenská časť a vchod do sociálnych zariadení a na pravo je reštauračná časť. Celý priestor sa nesie v zemitých farbách a najmä v rozličných odtieňoch oranžovej. Na podlahu je uložená plávajúca podlaha v stredne tmavých drevených tónoch. My sa dáme vľavo. Po našej ľavej ruke vidíme dlhšiu chodbu, ktorá je vstupom do toaliet. Steny sú pokryté sýto žltými a červenými obrázkami s rodinnou témou. Najskôr vidíme po našej pravej ruke WC muži, nasledujú WC ženy a na konci chodby sú toalety pre invalidov. Všetky umývadlá sú vyrobené z béžového mramoru. Nad nimi je umiestnený totožný počet zrkadiel s dreveným rámom. Na každé z nich svieti samostatná lampička. Treba podotknúť, že všetky priestory sú bezbariérové, prispôsobené tak, aby sa mohol ktokoľvek na vozíku pohybovať po celom podniku.

Všetky miestnosti sú vykachličkované a farebne ladia k celkovému dizajnu podniku. Po stenách sa nachádzajú detské motívy. Chodbou sa vrátíme späť a ocitneme sa v kaviarenskej časti, ktorá je doplnkovou zložkou reštaurácie. Je vybavená dvomi súpravami pohodlného gaučového nábytku, ktorý je potiahnutý béžovou kožou. Tieto sú posiate vankúšmi vo farbách nášho zariadenia. Pútajúcim je barový pult, ktorý je vyrobený z dreva a farebne ladiaceho skla a ponúka ďalšie miesta na sedenie. Keď prejdeme znova chodbičkou okolo vstupných dverí, tak sa ocitneme v reštauračnej časti, ktorá je vybavená deviatimi drevenými stolmi, pričom väčšina z nich je situovaná pri okne. Pri každom stole sa nachádzajú dve pohodlné lavice vyrobené tradične z dreva. Pri niektorých je umiestená i stolička s operadlami na ruky v rovnakom duchu. Týmto umiestením nám vznikajú akési boxy, ktoré sú navzájom oddelené stenami o výške 140 cm. Na týchto malých stenách sa nachádzajú dobové prvky ako napríklad staré mlynčeky, obrázky, vázičky a veľé svietnikov. V tomto oddelení sú steny vyzdobené starými rodinnými fotografiami. V celej budove je umiestnené veľké množstvo kvetov, tak ako aj na terase. Terasa je vybavená dvomi stolmi s lavicami totožnými so stolmi v reštaurácii. Terasa je jedinou fajčiarskou časťou nášho zariadenia. Tu sa nachádza aj malé detské ihrisko s mini preliezačkou a hračkami pre deti.

Výrobná časť

Pri realizácii oboch našich výrobných stredísk postupujeme v súlade so správnu výrobnou praxou, HACCP a v súlade s platnými hygienickými normami. Vzhľadom na to je celá naša kuchyňa vykachličkovaná, samozrejme v sýtych farbách typických pre našu reštauráciu, väčšina jej zariadenia je nerezová, má oddelenú umývačku, všetky elektrické spotrebiče sú uložené mimo dosah vody. Sporáky sú umiestnené na opačnej strane kuchyne ako tradičná pec. V jej tesnej blízkosti sa nachádza iba pult. Celkovo sa tu nachádza osem pultov, tri elektrické sporáky a jedna pec. V umývačke sú dve umývadlá a jedna elektrická umývačka riadu. Z kuchyne je priamy vstup do skladu. Naším ďalším výrobným strediskom je zápultie baru, ktoré je taktiež vykachličkované. Nachádza sa tu kávovar, priestor pre inventár a niekoľko malých príručných chladničiek. Všetko vybavenie je vyrobené z dreva. Priamo z neho je vstup do skladu. Sklady sú vybudované a prevádzkované v súlade s HACCP a s platnými hygienickými normami.

Pre je vybudované menšie zázemie – nachádzajú sa tu skrinky pre ich osobnú potrebu, vstup do WC a do sprchy. Taktiež sme sem umiestnili sedáciu súpravu, ktorá slúži pre ich pohodlie a preto sme sa rozhodli celú miestnosť zladiť do upokojujúcej zelenej farby.

Ďalej sme do nášho podniku umiestnili menšiu kanceláriu, ktorú bude využívať prevádzkar podniku a taktiež účtovník. Je zariadená skromne v typických farbách nášho podniku.

V priestoroch sa nachádza ešte jedna kancelária, pre manažérov, resp. vlastníkov reštaurácie, ktorá sa nachádza v chodbe pri kaviarni.

6.2.5 Kapacita

Celkový počet miest v odbyte je 78, pričom tento počet sa dá regulovať vzhľadom na požiadavky zákazníkov. Pri barovom pulte sa nachádza 5 miest v reštauračnej časti a 7 miest v kaviareňskej časti. V letných mesiacoch pribúda 16 miest, ktoré sú situované na terase. K dispozícii je aj niekoľko detských stoličiek.

6.2.6 Dispozičné riešenie

Dispozičné riešenie podniku uvádzam v prílohe P IV.

6.3 Produkt

Táto kapitola bude mať za úlohu priblížiť produkt reštaurácie, prečo som sa pre takýto produkt rozhodol, samotný ponukový program, kvalitu produktu a jej zabezpečenie.

6.3.1 Charakteristika podniku

Pri charakterizovaní slovenskej kuchyne je potrebné vychádzať z jej historického vývoja. Pestovali sa tu známe kultúrne plodiny ako raž, jačmeň, ovos, proso, fazuľa, hrach, šošovica. Chovali sa ošípané, kravy, ovce a kozy, sliepky, husi. Dennou potravou bolo mlieko a mliečne výrobky. Hlavnou potravou v tom období bolo mäso a chlieb. Ako sladidlo sa používal med a už vtedy sa z neho vyrábala opojný nápoj – medovina. Slovenskú gastronómiu tvorili a tvoria jedlá miestne a regionálne. A práve typické jedlá regiónov dávajú našej kuchyni všennárodný charakter. Tradičnými slovenskými múčnikmi sú koláče z kysnutého cesta alebo buchty plnené lekvárom, makom, tvarohom alebo orechmi. zo Záhoria sa rozšíril zaujímavý Skalický trdelník. K vínu alebo pivu sú obľúbené slané pagáče. Špecifickým slovenským destilátom je borovička. Obľúbenými slovenskými destilátmi sú aj slivovica a hriatô. Z likérov najmä Demänovka. Veľmi obľúbené je pivo.

Pestrosť a nenapodobiteľnosť slovenskej kuchyne je jedinečná a jej obľúbenosť je obrovská. Ak k tomuto faktoru pridáme domáce recepty, vznikne nám súlad známych slovenských jedál a nápojov a inovácie vo forme tejto reštaurácie, ktorá bude ponúkať aj

množstvo kultúrnych podujatí a atrakcií. V ponuke sa nachádzajú taktiež typické české jedlá, v zimných mesiacoch špeciality poľovníckej kuchyne a v letných mesiacoch obľúbené grilované špeciality. Mnoho zákazníkov si možno bude pamätať na tradičné jedlá od svojich predkov. Nie je vylúčené, že práve ich stará, či prastará mama používala rovnaké receptúry. V ponuke budú takmer všetky tradičné západoslovenské jedlá obohatené o ďalšie typické pokrmy a nápoje.

6.3.2 Kvalita a jej zabezpečenie

Poskytovanie kvalitných služieb je hlavným predpokladom úspechu podnikania a vytvára konkurenčnú schopnosť podnikov na trhu. Kvalita nie je iba problém, ktorý treba riešiť, ale je to aj konkurenčná príležitosť. Poskytované služby sa musia neustále zlepšovať, napredovať, musia sa inovovať. Objavujú sa neustále nové možnosti ako ponúkať kvalitné služby. Podnik sa bude snažiť vytvoriť riadiacu sústavu podniku, ktorá má vytvoriť podmienky, aby pracovníci pracovali maximálne efektívne. Bude spočívať v troch základných zásadách: v kolektívnom prístupe k jednotlivým cieľom, neustálej snahe o dosahovanie vysokej kvality a v orientácii na trh a na zákazníka. Poskytovanie kvalitných služieb zákazníkom by malo byť samozrejmosťou a zároveň privilegiom, ktoré je vždy prvoradé.

Na kvalitu služieb v tomto podniku vplyvajú tieto faktory:

- orientácia na zákazníka
- príjemné prostredie
- kvalifikovaný personál, dostatok personálu
- kvalitný inventár
- využívanie moderných technológií
- výber kvalitných dodávateľov a surovín
- dodržiavanie technologických postupov a štandardov
- dodržiavanie hygienických noriem, čistoty a HACCP
- množstvo gastronomicko-kultúrnych podujatí
- neustála inovácia a zdokonaľovanie ponúkaných služieb

6.3.3 Ochrana spotrebiteľa

V rámci ochrany spotrebiteľa sa bude dodržiavať zákon číslo 397/2008 Z.Z., čo je Zákon o ochrane spotrebiteľa. Vztahuje sa na ponuku služieb a na predaj. Spotrebitelia majú

právo na reklamáciu, na vzdelávanie, na presné informácie a iné. Našou povinnosťou je kontrolovať zamestnancov, ktorí majú plniť všetky povinnosti a úlohy svedomito. Kontrolujeme preto, či sú za každých okolností služby a produkty poskytované za dohodnuté ceny, kvalitné a prísne dodržiavanie hygienických a iných noriem a celkovej hygieny zariadenia a zamestnancov, receptúr, či dávkovania, kontrolujeme odovzdávanie blokov z registračnej pokladne zákazníkom, ich spokojnosť a správanie sa našich zamestnancov. Ďalej sa zaujímate o správnosť ponukového programu a informácií v ňom uvedených a taktiež o jeho čistotu. Zároveň dbáme, aby každý náš zamestnanec vrátil nás, náš podnik reprezentoval. V reštaurácii nemá miesto akákoľvek diskriminácia, ani slovíčko nie. Pre zákazníkov robíme všetko, čo je v našich silách. Vzhľadom nato, že všetky priestory podniku okrem terasy prevádzkovej v letných mesiacoch sú nefajčiarske, je dôležité upozorniť hostí na túto skutočnosť viditeľným spôsobom a prípadne ich osobne požiadať o dodržiavanie tohto opatrenia. Zákazník je našou prioritou a preto sa snažíme o absolútnu spoľahlivosť, dôveryhodnosť a kvalitu vo všetkých odvetviach podnikania i ľudskosti.

6.3.4 Ponukový program

Ponukový program by mal slúžiť ako akýsi komunikačný prostriedok medzi podnikom a zákazníkom. V tejto reštaurácii je ponukový program vo forme jedálneho a nápojového lístka. Doň sa zároveň každodenne prikladá denné menu vždy týždeň vopred a podľa ročného obdobia menu grilovanej kuchyne, alebo menu poľovníckych špecialít. Tieto sú vložené do obalu z krémového recyklovaného papiera, na ktorom dominuje drevné logo podniku. Nápojový lístok má rovnaký obal, no v zmenšenej veľkosti. Ponukový program uvádzam v Prilohe P V.

6.4 Odvetvie podniku

Táto kapitola je rozdelená na dve podkapitoly a tou je obraz o odvetví a trendoch v odvetví a ekologický manažment.

6.4.1 Obraz o odvetví a trendoch v odvetví

Podnikanie, ktoré bude tento podnik prevádzkovať je zaradené do odvetvia cestovného ruchu. Slovenská republika je jednou z najmenších európskych krajín, ale má pozoruhodne rôznorodý turistický potenciál, ktorý zahŕňa historické mestá, relatívne nedotknuté horské regióny a viacero národných parkov, spolu s množstvom známych kúpeľov. Ďalej sa tu

nachádza nevyčísliteľné kultúrne, architektonické a historické bohatstvo, veľké zásoby podzemnej a povrchovej vody, obrovské prírodné bohatstvo a priaznivú klímu pre celoročný cestovný ruch. Slovenský turizmus začal značne narastať po roku 1993, kedy dosiahlo Slovensko samostatnosť. Počet turistov ako aj počet prenocovaní mal za posledných 15 rokov rastúcu tendenciu. Koncom 90-tych rokov navštívilo Slovensko viac ako 500 00 návštevníkov ročne. Potešujúcim je fakt, že čoraz viac Slovákov si vychutnáva krásy krajiny a má neustále bohatší kultúrny život. Čoraz väčšmi sa tiež zaujímame o gastronómiu.

Hotelierstvo ako jedno z odvetví cestovného ruchu je veľmi rôznorodé a širokospektrálne. Uplatňuje sa v ňom nielen to, čo sa človek o ňom naučil, či vyštudoval, ale aj poznatky a skúsenosti, ktoré s ním zdanlivo nemajú nič spoločné. Hotelierstvo znamená komunikáciu so zákazníkom, aktívny predaj, tvorbu kvality služieb, aplikovanie najmodernejších systémov a trendov, optimalizovanie cenovej politiky hotela, Ďalej samotné ubytovanie, účtovníctvo, stravovanie. S týmito činnosťami súvisí personalistika, predaj a marketing. Predovšetkým však hotelierstvo nie je iba o komunikácii s hosťom, ale o komunikácii na všetkých úrovniach – medzi kolegami, pracovnými tímami, nadriadenými a podriadenými.

Momentálne funguje zväz hotelov a reštaurácií, ktorý je zárukou kvality vybraného hotela, či reštaurácie. A tu sa dostávame ku gastronómii, ktorá je prirodzenou súčasťou hotelierstva a celého cestovného ruchu. Gastronómia je veda, ktorá sa zaoberá skúmaním všetkého, čo súvisí s výživou človeka. Skúma chuť v súvislosti s jej príjemnými aj nepríjemnými stránkami, skúma vplyv potravín na duševný život človeka, určuje správne využitie jednotlivých potravinových látok, klasifikuje potraviny podľa ich rozličných vlastností. Definovať gastronómiu je možné ako teóriu vyspelého kuchárskeho umenia, náuku o kuchynskom umení, ako labužníctvo, či kultúra stravovania a množstvo iných. Slovo gastronómia pochádza z gréckeho slova GASTRO = žalúdok, žalúdočný, majúci vzťah k žalúdku.

6.4.2 Ekologický management

Ekológia je považovaná za vedný odbor, ktorý berie do úvahy akési vzťahy medzi organizmami a prostredím. Takisto aj my by sme mali dbať na svoje okolie a byť ekologický k prostrediu.

V reštaurácii sa bude vplývať na životné prostredie a ochraňovať ho nasledovne:

- veľkým množstvom zelene v budove a v jej okolí
- využívaním recyklovateľných obalov
- využívaním recyklovaných materiálov
- šetrením energií
- triedením odpadu
- výberom kvalitných dodávateľov s kvalitnými surovinami
- výberom dodávateľov, ktorí odoberajú použité tuky
- používaním čistiacich prostriedkov s obsahom minimálneho množstva chemikálií
- používaním drvičky odpadu
- dodržiavaním hygieny
- využívaním spotrebičov triedy A

6.5 Marketing

Slovo marketing sa stalo neodlúčiteľnou súčasťou našich životov a pritom si väčšina z nás ani nevedomuje, čo v skutočnosti znamená. Cieľom tejto kapitoly je priblížiť marketingové aktivity ktoré sa počas otvorenia a po otvorení podniku budú realizovať, prípadne sa už realizovali

6.5.1 Analýza trhu

Lokalizácia

Bučany - dedina na rázovitom západnom Slovensku, v Trnavskom kraji. Neďaleko mesta Hlohovec. Obec, v ktorej žije približne 2 100 obyvateľov, pričom prevažujú mladé rodiny. Za zábavou, či kvalitným kultúrnym a gastronomickým vyžitím však obyvatelia musia dochádzať niekoľko kilometrov. Na mieste, ktoré sa nachádza v srdci tejto obce, priamo oproti Obecnému úradu s kultúrnym domom a pošty a len niekoľko metrov od pohostinstva. Na hlavnej ulici, na ktorej, no o niekoľko domov ďalej sa nachádza aj centrum miestneho obchodu a služieb. Ak pridáme našu reštauráciu, ktorá prevádzkuje aj menšiu kaviareň, vznikne nám menšie kultúrne stredisko, ktoré tu veľmi dlho chýbalo. Ideálna je aj poloha podniku, ktorý je umiestnený priamo pri Hlavnej ceste, po ktorej denne prejdú stovky áut. Práve preto sme sa rozhodli chrániť zákazníkov a vytvoriť akúsi oázu pokoja. Toto sa nám podarilo situáciou reštaurácie smerom do dvora. Umiestnenie podniku na mape uvádzam v prílohe P VI.

Cieľová skupina – zákazníci

Podrobná analýza zákazníkov je spracovaná v kapitole 4.3.

Dotazník vyjadril nedostatok kvalitných gastronomických podnikov tohto typu a taktiež potenciál jeho existencie na trhu. Prínos podniku na miestny trh má predpoklad stať sa úspešným.

Vzor dotazníka uvádzam v prílohe P VII.

Konkurencia

Tab. 11: Tabuľka analýzy konkurencie

KONKURENCIA	SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Penzión Hoffer Hlohovská cesta 951 42 Nitra, časť Zbehy	<ul style="list-style-type: none"> ▪ široký sortiment ▪ ponuka ▪ prostredie ▪ ceny ▪ parkovisko ▪ ponuka dňa ▪ dodávková služba ▪ atrakcie, najmä pre deti 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ interiér v niektorých častiach prevádzky ▪ nedostatočný personál
Viecha Jášter Dukelská 1 951 42 Nitra, časť Zbehy	<ul style="list-style-type: none"> ▪ v letných mesiacoch gril ▪ klenbová pivnica ▪ parkovisko ▪ dostatok personálu ▪ ceny ▪ atrakcie pre deti 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ v zimných mesiacoch nie je gril ničím nahradený ▪ klenbová pivnica je využívaná málo ▪ absolútne nedostatočný marketing
Reštaurácia Slovenská koliba Nádražná 84A 920 41 Leopoldov	<ul style="list-style-type: none"> ▪ personál ▪ prostredie ▪ ceny ▪ interiér a exteriér ▪ hygiena 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nedostatočné parkovisko ▪ poloha ▪ nevytvýjané žiadne marketingové aktivity
Steak House Pekárska 39 917 01 Trnava	<ul style="list-style-type: none"> ▪ interiér ▪ celoročná terasa ▪ ponuka ▪ sortiment ▪ parkovisko ▪ ponuka týždňa ▪ marketingové aktivity ▪ živá hudba cez víkendy 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prostredie ▪ nie veľmi výrazný marketing ▪ nedostatočné množstvo personálu ▪ nestálosť cien

Dodávatelia

Kritéria výberu a dodávateľov a zoznam dodávateľov je uvedený v kapitole 6. 1.

6.5.2 Analýza prostredia – SWOT analýza

Analýza prostredia je spracovaná v kapitole 4. 2.

6.5.3 Marketingové aktivity

Marketingové aktivity – podpora predaja pred otvorením podniku

Prvou marketingovou aktivitou, ktorú som realizoval bol dotazník. Formou dotazníka som vykonal rozsiahly marketingový prieskum v okolí, pričom som oslovil 100 respondentov v minimálnom veku 16 rokov. Tento prieskum bol vykonaný 12. - 26. mája 2012 v obciach Bučany, Malženice, Trakovice, Žlkovce, Ratkovce a Leopoldov.

Ďalšou marketingovou aktivitou bude inzercia v regionálnych novinách. Svoje miesto si nájde v okresných i krajských novinách.

Niekoľko dní pred otvorením podniku budú rozosielané letáky do schránok v obciach v ktorých bol vykonaný dotazník. Tento leták bude rozdávaný na obvyklých miestach zhromažďovania ľudí v okolitých mestách a bude taktiež vo zväčšenej podobe zdobiť exteriér reštaurácie.

V tejto dobe začne fungovať internetová stránka reštaurácie, ktorá bude plná informácií o otvorení, o produktoch, či v budúcnosti o aktuálnom dennom menu, pripravovaných gastronomicko-kultúrnych podujatiach. Samozrejme nebudú chýbať ani informácie o samotnej reštaurácii, ako napríklad história gazdovského dvoru, v ktorom sa nachádza.

Marketingové aktivity – podpora predaja v deň otvorenia podniku

Aktivity v deň otvorenia podniku by mali ukázať pravdivú stránku o budúcnosti podniku. Preto sme sa rozhodli tento deň nerobiť veľmi veľkolepo. Dúfame, že deň otvorenia bude pre zákazníkov prvým z dlhej série krásnych dní strávených v našej reštaurácii.

V deň otvorenia bude hrať v areáli živá hudba. Pre jej milovníkov bude v okolí terasu umiestnený tanečný parket. Ľudovsky vzhľadom nato, že otvorenie nášho podniku je načasované na prvé letné dni, vo večerných hodinách vystrieda DJ, ktorý zabaví najmä mladšiu generáciu.

Deti si budú môcť po prvýkrát vyskúšať preliezačky, či si pohladíť niektorého z poníkov, ktorí budú mať v našom areáli stále miesto. Ďalej ich bude čakať aj ich väčší kamarát, na ktorom sa budú môcť odviezť.

V deň otvorenia reštaurácie ponúkame niekoľko špeciálnych zliav – pri objednaní hlavného jedla, dezert podľa vlastného výberu zadarmo, či pri zakúpení dvoch nápojov, tretí zdarma. Každé dieťa bude mať právo na malý zmrzlinový pohár zdarma.

Marketingové aktivity – podpora predaja po otvorení podniku

Súčasťou ponuky je denné menu za zvýhodnenú cenu, ktoré je taktiež formou marketingu. O ňom, ale aj o veľkom množstve informácií si môžu naši zákazníci prečítať na našej internetovej stránke, ktorá bude pravidelne obnovovaná. Reštaurácia bude pridaná na všetky stránky, ktoré zhromažďujú informácie o gastronomických zariadeniach.

Jednou z hlavných aktivít bude prilákať zákazníkov nízkymi cenami, pretože počas jedného roka bude diskont na všetky tovary a výrobky 20%. Týmto sa zákazník oboznámi s podnikom a má jedinečnú možnosť získavať zákazníkov a kvalitnými službami si ich aj udržať.

Za marketingovú aktivitu môžeme považovať aj kultúrne akcie, ktoré sa budú konať príležitostne, avšak my ich takto nevnímame. Pre nás sú súčasťou života Slovákov po dlhú dobu a tradíciou, ktorú sa snažíme obnovovať a dodržiavať. Takéto podujatia budú vždy známe zákazníkovi z plagátov, či propagačných letákov, ktoré budú rozosielané záujemcom, ktorí nám na toho dali súhlas.

V budúcnosti plánujem zaviesť donáškovú službu, pričom na aute, ktorým bude táto služba prevádzkovaná bude umiestnená reklama.

Najlepšou a najkvalitnejšou reklamou počas fungovania podniku je určite aj poskytovanie kvalitných služieb a prístup k hosťom. Preto budú v reštaurácii samozrejmosťou. Pre zistenie spokojnosti návštevníkov a taktiež zistenie čo by sa dalo ešte zlepšiť použijeme anketu. Anketa leží voľne položená na stole. Jej formu bude umiestnená i na internetovú stránku podniku. Manažér reštaurácie túto anketu vykonáva aj ústne – služným a milým spýtaním sa zákazníkov na ich pocity.

Vzor tejto ankety uvádzam v prílohe P VIII.

6.6 Výroba – výrobné činnosti

V reštaurácii sa budú ponúkať tieto skupiny výrobkov:

- studené predjedlá – povzbudzujú chuť do jedla, cieľom nie je nasýtiť, váha je 50 – 100 gramov

- polievky – sú tekutého skupenstva s možnosťou pridania rôznych ingrediencií, zeleniny, múčnych výrobkov
- hlavné jedlá – z rýb, hydiny, v zimných mesiacoch zo zveriny, v letných grilované pokrmy, múčne jedlá, či detské jedlá
- prílohy – podávame ich k hlavnému jedlu, ale i samostatne
- zelenina, šaláty, kompóty – znamenajú rozmanité možnosti výberu kombinácie pokrmu
- dezerty, zmrzlina – sú ideálnym doplnením jedálneho lístka i výberu jedál

V letných mesiacoch k ponuke pribudne špeciálna ponuka grilovaných špecialít a v zimných ju nahradí ponuka špecialít poľovníckej kuchyne. Každý pokrm ponúkaný v reštaurácii je možné podávať i v detskej porcii.

6.6.1 Opis výrobného strediska a jeho zariadenie

Pri realizácii oboch výrobných stredísk postupujem v súlade so správnou výrobnou praxou, HACCP a v súlade s správnou výrobnou praxou a s platnými hygienickými normami. Vzhľadom na to je celá naša kuchyňa vykachličkovaná, väčšina jej zariadenia je nerezová, má oddelenú umývačku, všetky elektrické spotrebiče sú uložené mimo dosah vody a nechýba ani protišmyková dlažba. Sporáky sú umiestnené na opačnej strane kuchyne ako tradičná pec. V jej tesnej blízkosti sa nachádza iba pult. Celkovo sa tu nachádza osem pultov, tri elektrické sporáky a jedna pec. V umývačke sú dve umývadlá a jedna elektrická umývačka riadu. Z kuchyne je priamy vstup do skladu. Naším ďalším výrobným strediskom je zápultie baru, ktoré je taktiež vykachličkované. Nachádza sa tu kávovar, priestor pre inventár a niekoľko malých príručných chladničiek. Priamo zo zápultia je vstup do skladu. Sklady sú vybudované a prevádzkované v súlade s HACCP, správou výrobnou praxou a s platnými hygienickými normami.

Prístroje a zariadenia, ktoré využívame v kuchyni a sklade k nej patriacom: 3 chladničky, 2 mrazničky, 1 konvektomat, 2 elektrické rúry, 1 mikrovlnná rúra, 1 kuchynský robot, 1 príručný mixér, drobný kuchynský inventár, sklo, porcelán a odsávanie. Súčasťou jej taktiež umývačka, v ktorej sa používa umývačka riadu.

Prístroje a zariadenia, ktoré využívame v zápultí a v príručnom sklade k nemu patriacom: 2 chladničky, 1 kávovar, 1 robot, drobný barový inventár, sklo a porcelán.

6.6.2 Tvorba kalkulácií

Na každý výrobok vyrábaný v reštaurácii je spracovaná kalkulácia, ktorá spĺňa tieto náležitosti:

- názov výrobku
- hmotnosť výrobku
- množstvo na 10 porcií
- potrebné suroviny
- cena za mernú jednotku
- prepočítaná cena na 10 porcií za jednotlivé suroviny
- surovinové náklady na 10 porcií
- prepočítané surovinové náklady na 1 porciu
- prirážka v absolútnej hodnote alebo v percentách
- predajná cena na 1 osobu v eurách

V prílohe P IX uvádzam všetky kalkulácie, a v prílohe P X cenový výmer

6.7 Ľudské zdroje podniku

Pri tvorbe organizačnej štruktúry reštaurácie som zohľadnili najmä jeho veľkosť, druh, schopnosti pracovníkov, využívanie technológií, centralizáciu a decentralizáciu rozhodovacích právomocí. Vzhľadom na uvedené, je najvhodnejším typom pre podnik líniová organizačná štruktúra.

6.7.1 Organizačná štruktúra

V prílohe P XI uvádzam organizačnú štruktúru reštaurácie.

6.7.2 Popis pracovných činností pracovníkov

Manažér

Hlavný cieľ: riadi prácu všetkých pracovníkov, zodpovedá za ich prácu.

Podrobné úlohy:

- zodpovedá za správne hospodárenie podniku a za zverené hospodárske prostriedky
- je oprávnený ukladať pracovné úlohy podriadeným pracovníkom a dáva im záväzné pokyny
- organizuje a kontroluje prácu podriadených pracovníkov

- dbá na dodržiavanie požadovanej úrovne poskytovaných služieb a vedie pracovníkov
- včas a riadne zabezpečuje suroviny na prípravu jedál a nápojov
- dodržiava prevádzkovú dobu, kontroluje nástupy pracovníkov do zmien
- archivuje originály jedálnych a nápojových lístkov jeden rok
- sleduje záznamy v knihe želaní a sťažností
- zodpovedá za styk s dodávateľmi a odberateľmi
- zabezpečuje gastronomicko-spoločenské podujatia
- zúčastňuje sa pri zostrojovaní jedálneho a nápojového lístka
- vedie evidenciu cenových výmerov, pokynov a nariadení
- vykonáva prevádzkovú kontrolu stredísk a o výsledkoch vedie povinnú evidenciu
- kontroluje vykávanie pravidelných inventúr
- kontroluje dodržiavanie osobnej a prevádzkovej hygieny a čistoty
- stará sa o zvyšovanie odbornej kvalifikácie pracovníkov

Hlavný čašník

Hlavný cieľ: v rámci svojej pracovnej náplne riadi činnosť obsluhy v odbytovom stredisku

Priamy nadriadený: manažér podniku

Podrobné úlohy:

- zodpovedá za kvalitu služieb pri obsluhu a konzumovaní
- zodpovedá za kvalitu jedál a nápojov pred hosťom
- zodpovedá za prípravu, čistotu a servis v odbytových priestoroch, za správanie sa a jednanie personálu s hosťom
- preberá a vybavuje sťažnosti na prácu obsluhujúceho personálu
- preberá objednávky, zabezpečuje obsluhu a všetky služby s tým súvisiace
- koordinuje ponuku jedál a nápojov, dekoráciu a aranžovanie strediska
- odsúhlasuje návrhy na jedálne lístky
- kalkuluje náklady pri gastronomicko-spoločenských podujatiach
- zadeľuje pracovníkov na zmeny s prihliadnutím na kvalifikáciu a účelné využívanie voľného času
- operatívne usmerňuje pracovníkov počas prevádzky

Čašník

Hlavný cieľ: realizácia obchodnej činnosti – obsluhy v odbytovom stredisku

Priamy nadriadený: hlavný čašník

Podrobné úlohy:

- je zodpovedný za úpravu pracoviska pred začatím a po skončení prevádzky
- vykonáva počas pracovnej doby všetky práce spojené s obsluhou hostí, pritom sa stará o rýchlosť a odbornosť
- musí dobre poznať ponúkaný sortiment, oboznámiť sa s dennou ponukou
- kontroluje vzhľad, úpravu, množstvo a správnu teplotu objednávaných jedál a nápojov
- dbá o osobnú čistotu a poriadok na pracovisku, dodržiava hygienické zásady
- správne určuje konzumáciu spotrebiteľov a vždy vydáva účet z registračnej pokladnice
- upravuje stoly a pripravuje si servírovací inventár
- vypomáha pri obsluhu počas gastronomicko-spoločenských podujatí

Hlavný kuchár

Hlavný cieľ: vo výrobných strediskách zabezpečuje dodržiavanie štandardov na prípravu sortimentu jedál, ako aj výdaj jedál a nápojov

Priamy nadriadený: manažér podniku

Podrobné úlohy:

- usmerňuje zásobovanie a prácu skladov potravín a nákup vecných potrieb pre výrobu
- riadi výrobu jedál a nápojov, priamo riadi prácu kuchárov a ostatného kuchynského personálu
- plánuje výrobu jedál a poskytuje podklady pre tvorbu jedálnych lístkov
- usmerňuje personál pripravujúci jedlá
- zodpovedá za výber pracovníkov do výroby a ich zariadenie, za hodnotenie pracovníkov
- je zodpovedný za správne preberanie surovín a ich účelné spracovanie
- zodpovedá za dodržiavanie zdravotných predpisov, technologických postupov pri výrobe
- hlási prevádzkové chyby

Kuchár

Hlavný cieľ: je výkonným pracovníkom kuchyne

Priamy nadriadený: hlavný kuchár

Podrobné úlohy:

- samostatne, alebo podľa pokynov pracuje na príprave jedál
- je zodpovedný za čistotu a hygienu na pracovisku
- dodržiava hygienické zásady
- stará sa o čistotu inventára
- dodržiava pokyny nadriadeného

Upratovačka

Hlavný cieľ: zabezpečuje čistotu zariadenia

Priamy nadriadený: manažér podniku

Podrobné úlohy:

- dbá o čistotu a hygienu celého zariadenia
- dopĺňa hygienické potreby
- dbá o celkovú čistotu zariadenia
- dodržiava hygienické zásady
- vypomáha pri umývaní inventára
- dodržiava pokyny nadriadeného

6.7.3 Pracovná doba a otváracie hodiny

Pri tvorbe otváracích hodín podniku sme vychádzali z požiadavky zákazníkov. Vzhľadom na našu cieľovú skupinu a druh prevádzky sme sa rozhodli zákazníkom ponúkať služby našej reštaurácie v čase obeda a večere. Kaviarenská časť prevádzky im však bude k dispozícii už v predpoludňajších hodinách. Vzhľadom na zvýšené množstvo zákazníkov počas víkendu sme otváracie hodiny v týchto dňoch predĺžili.

V prílohe P XII uvádzam otváracie hodiny reštaurácie.

6.7.4 Mzdy a odmeňovanie

Pri určovaní mzdy som sa riadil Zákonom o minimálnej mzde, ktorá od 01.01.2012 činí 327,20 € mesačne. Taktiež sa prihliada aj na priemernú mesačnú mzdu pracovníkov

v sledovanom odvetví. V októbri 2009 bola priemerná mzda v reštauráciách a pohostinstve podľa Štatistického úradu Slovenskej republiky 340,76 € a v ubytovacích službách 524,69€.

V budúcich rokoch budeme poskytovať zamestnancom finančné odmeny za kvalitnú prácu, množstvo predaných jedál, či iné prémie. Zamestnanci si nechávajú taktiež „tringelty“. Udržanie si zamestnancov by som chcel aj každoročným zvyšovaním miezd o 3%.

Tab. 12: Tabuľka miezd zamestnancov

Pracovník	Počet pracovníkov	Mzda
manažér	1	650,00 €/mesiac
hlavný kuchár	1	550,00 €/mesiac
kuchár	2	500,00 €/mesiac
hlavný čašník	1	500,00 €/mesiac
čašník	4	450,00 €/mesiac

6.7.5 Delegovanie právomocí

Jediným riadiacim pracovníkom podniku je manažér. V prípade jeho neprítomnosti deleguje jeho právomoci a povinnosti hlavný čašník. Vzhľadom na čiastočnú zhodu úloh manažéra a hlavného čašníka je práve on najvhodnejším subjektom. V prípade neprítomnosti oboch zamestnancov právomoci manažéra podniku preberá hlavný kuchár. Právomoci hlavného čašníka v takomto prípade preberá čašník. V prípade neprítomnosti hlavného kuchára deleguje jeho právomoci kuchár. Upratovačka a správca zodpovedajú priamo manažérovi a vzhľadom na ich pracovný pomer je v dobe ich neprítomnosti manažér povinný zaobstarať adekvátnu náhradu.

6.8 Finančné údaje

Medzi jednu z najdôležitejších kapitol patrí práve kapitola finančných údajov. Pre prehľadnosť som túto kapitolu rozdelil na náklady, výnosy, následne je spracovaný výsledok hospodárenia na prvé 3 roky podnikania, a takisto je tu spracovaná súvaha, výkaz ziskov a strát a ukazovatele rentability.

6.8.1 Náklady

Náklady z hospodárskej činnosti

501 – Spotreba materiálu

501/001 – Spotreba materiálu – suroviny

Na tomto účte sa evidujú všetky suroviny potrebné pri výrobe vlastných produktov vo výške 29 792,76 €, pričom vychádzam z plánu predaja výrobkov.

Prílohu P XIII tvorí plán predaja výrobkov.

501/002 – Spotreba materiálu – materiál

Na tomto účte sa účtuje materiál do hodnoty 1700,-€/kus v celkovej výške 10 699,50 €.

V prílohe P XIV uvádzam zoznam spotrebného materiálu.

502 – Spotreba energie

Vzhľadom na využívanie pôvodnej pece sa spotreba energie zníži. Predpokladaná spotreba je vo výške 20 000,00 €.

504 – Predaný tovar

Na tomto účte sa účtujú náklady na tovary nakúpené a predané v nezmenenom stave v celkovej výške 36 076,45 €. Kritériá sú totožné s kritériami plánu predaja výrobkov.

V prílohe P XV je uvedený plán predaja tovaru.

511 – Opravy a udržiavanie

Vzhľadom na nové zariadenie podniku je v minimálnej výške a to 2 500,00 €.

512 – Cestovné

Cestovné bude vyplácané len manažérovi podniku v rámci pracovných povinností. V celkovej výške 2 500,00 €.

518 – Ostatné služby

Na tomto účte evidujem náklady na marketingové aktivity, telekomunikačné služby, účtovníctvo, stočné, odvoz odpadu, kultúru, inzerciu a Slovenský ochranný zväz autorský. Výška týchto nákladov je v sume 5 500,00 €.

521 – Mzdové náklady

Na tomto účte evidujem náklady týkajúce sa miezd zamestnancov. V podniku sa snažíme zamestnať najkvalitnejší personál a preto sú nutné i vyššie investície. Tieto sa vyšplhajú do výšky 60 000,00 €.

V prílohe P XVI uvádzam osobné náklady na jeden rok podnikania.

524 – Záonné sociálne zabezpečenie

Pre zamestnancov našej firmy odvádzame zo zákona dané sociálne zabezpečenie. Toto je vo výške priamo úmernej mzdám. Je v sume 21 120,00 €.

527 – Ostatné sociálne náklady

Tieto náklady sa skladajú z:

- sociálny fond tvorený z úhrnu hrubých miezd zamestnancov vo výške 0,6%
- príspevok na stravu zamestnanca v zmysle platnej legislatívy

Zamestnancom bude poskytnuté celkovo 1 300,00 €.

532 – Daň z nehnuteľnosti

Vzhľadom na budovu a k nej patriaci pozemok vo vlastníctve firmy platíme obci ročne poplatok vo výške 500,00 €

538 – Ostatné dane a poplatky

Na tomto účte evidujem poplatky potrebné pri vzniku podniku. Sú tu zahrnuté náklady na overenie listín, náklady na kolky a ostatné poplatky, ktoré dohromady činia 250 €. Ďalej tu evidujeme poplatky voči finančným inštitúciám. V našom prípade banke vo výške 50,00 € a poplatok spoločnosti Compyny Consulting s.r.o. za založenie spoločnosti vo výške 315 €.

Celkové ostatné dane a poplatky sú vo výške 615 €.

551 – Odpisy dlhodobého majetku

Na tomto účte evidujeme náklady spojené s odpisovaním dlhodobého majetku. V prvom roku podnikania budú 725,00 €.

V prílohe P XVII uvádzam plán odpisov dlhodobého majetku.

Finančné náklady562 – Úroky dbetné

Na tomto účte evidujeme úroky za poskytnutý úver. V prvom roku podnikania budú vo výške 1 425,00 €.

V prílohe P XVIII uvádzam splátkový kalendár. Úver je vypočítaný na základe ponuky z Tatrabanky, ktorá by úver poskytla s úrokovou mierou 9,5%.

6.8.2 Výnosy

Výnosy z hospodárskej činnosti

601 – Tržby za predaj vlastných výrobkov

Na tomto účte evidujeme tržby za predaj vlastných výrobkov. V prvom roku podnikania budu menšie, čo je však dôsledok začiatku podnikania. Plán predaja výrobkov prikladam v prílohe P XIII, kde sú uvedené tržby vo výške 80 116,49 €. Na prilákanie zákazníkov sa budú počas prvého roku predávať všetky výrobky s 20% diskontom, takže reálne tržby budú činiť 64 093,20 €.

604 – Tržby za predaj tovarov

Na tomto účte evidujeme plánované tržby za predaný tovar. Za normálnych okolností by boli vo výške 99 237,39 €, ale prvý rok podnikania sa budú predávať tovary s 20% diskontom. Tržby v prvom roku podnikania teda budú 79 389,91 €. Plán predaja tovarov je v prílohe P XV.

Finančné výnosy

662 – Úroky kreditné

Na tomto účte evidujeme úroky, ktoré sú pripisované bankou na náš účet. Vzhľadom na neustály pohyb finančných prostriedkov na účte je tento výnos minimálny. A to vo výške 10,00 €.

6.8.3 Plánovanie výsledku hospodárenia

Tab. 13: Výsledok hospodárenia za 1. rok podnikania

501/001	Spotreby materiálu – suroviny	29 792,76 €	601	Tržby za vlastné výrobky	64 093,20 €
501/002	Spotreba materiálu – materiál	10 699,50 €	604	Tržby za tovar	793 89,91 €
502	Spotreba energie	20 000,00 €	622	Úroky kreditné	10,00 €
504	Predaný tovar	36 076,45 €			
511	Opravy a udržiavanie	2 500,00 €			
512	Cestovné	2 500,00 €			
518	Ostatné služby	5 500,00 €			
521	Mzdové náklady	60 000,00 €			
524	Zákonné sociálne zabezpečenie	21 120,00 €			
527	Ostatné sociálne náklady	1 300,00 €			
532	Daň z nehnuteľnosti	500,00 €			
538	Ostatné dane a poplatky	615,00 €			
551	Odpisy dlhodobého majetku	725,00 €			
562	Úroky debetné	1 425,00 €			
				STRATA	46 760,60 €
	SPOLU	190 253,71 €		SPOLU	858 002,30 €

Tab. 14: Výsledok hospodárenia za 2. rok podnikania

501/001	Spotreby materiálu – suroviny	29 792,76 €	601	Tržby za vlastné výrobky	80 116,49 €
502	Spotreba energie	20 000,00 €	604	Tržby za tovar	99 237,39 €
504	Predaný tovar	36 076,45 €	622	Úroky kreditné	10,00 €
511	Opravy a udržiavanie	2 500,00 €			
512	Cestovné	2 500,00 €			
518	Ostatné služby	3 500,00 €			
521	Mzdové náklady	61 800,00 €			
524	Zákonné sociálne zabezpečenie	21 120,00 €			
527	Ostatné sociálne náklady	1 300,00 €			
532	Daň z nehnuteľnosti	500,00 €			
538	Ostatné dane a poplatky	300,00 €			

551	Odpisy dlhodobého majetku	937,50 €			
562	Úroky debetné	1 140,00 €			
	ZISK	397,17 €			
	SPOLU	178 966,71 €		SPOLU	179 363,88 €

Tab. 15: Výsledok hospodárenia za 3. rok podnikania

501/001	Spotreby materiálu – suroviny	32 000,00 €	601	Tržby za vlastné výrobky	85 760,00 €
502	Spotreba energie	20 000,00 €	604	Tržby za tovar	102 600,00 €
504	Predaný tovar	38 000,00 €	622	Úroky kreditné	10,00 €
511	Opravy a udržiavanie	2 000,00 €			
512	Cestovné	2 500,00 €			
518	Ostatné služby	1 500,00 €			
521	Mzdové náklady	63 654,00 €			
524	Zákonné sociálne zabezpečenie	22 406,21 €			
527	Ostatné sociálne náklady	1 300,00 €			
532	Daň z nehnuteľnosti	500,00 €			
538	Ostatné dane a poplatky	300,00 €			
551	Odpisy dlhodobého majetku	937,50 €			
562	Úroky debetné	855,00 €			
	ZISK	2 417,29 €			
	SPOLU	188 370,00 €		SPOLU	188 370,00 €

6.8.4 Rozbor výsledkov hospodárenia za prvé tri roky podnikania

Plánovaný výsledok hospodárenia za prvý rok je strata vo výške 46 760,60 €. Táto strata je spôsobená najmä vysokými nákladmi na začiatok podnikania. Je potreba investovať do vybavenia podniku, a tieto počiatočné investície nebude treba vynaložiť v ďalších rokoch. Takisto markantný vplyv má na výsledok aj fakt, že v prvom roku som sa rozhodol predávať všetky výrobky a tovary s diskontom 20%. Ide o marketingový ťah, za účelom prilákania si zákazníkov v ďalších rokoch.

V druhom roku podnikania som dosiahol minimálny zisk v hodnote 397,17 €. V tomto roku odpadli počiatočné náklady vynaložené na vybavenie podniku a taktiež som počítal s vyššími tržbami o 20% oproti minulému obdobiu, pretože sa výrobky a tovary predávajú

za ceny podľa cenového výmeru. Zisk bol dosiahnutý napriek faktu, že sa zvýšili mzdové náklady o 3% a samozrejme sa aj zvýšili patričné odvody na zákonné sociálne poistenie.

V treťom roku podnikania som počítal so zvýšenými tržbami o 2%, pretože predpokladám, že o podniku sa dozvie viac ľudí a tým ziskam novú klientelu. Zvýšili sa takisto aj mzdové náklady, ktoré plánujem zvyšovať každoročne o 3%. Takisto sa znížili náklady na marketingové aktivity

Výkaz ziskov a strát uvádzam v prílohe P XIX.

6.8.5 Ukazovatele rentability

Keďže reštaurácia v prvom roku podnikania dosiahla stratu, a v druhom roku len minimálny zisk, tak budem počítat ukazovatele rentability za 3. rok podnikania, kedy podnik už dosiahol požadovaný zisk.

$$\text{Rentabilita výnosov} = \frac{\text{zisk po zdanení}}{\text{tržby}} \times 100 = \frac{1958}{188630} \times 100 = 1,04 \quad (1)$$

Rentabilita výnosov v treťom roku podnikania je 1,04 %, čo znamená, že 1 € výnosov vyprodukuje 1,04 € zisku.

$$\begin{aligned} \text{Rentabilita vložených 75rostriedkov} &= \frac{\text{zisk po zdanení}}{\text{vložené prostriedky}} \times 100 = \frac{1958}{145755} \times 100 \\ &= 1,34 \end{aligned} \quad (2)$$

Z vypočítanej rentability vložených prostriedkov vyplýva, že ročná návratnosť je 1,34 % vložených prostriedkov.

$$\text{Nákladovosť} = \frac{\text{náklady}}{\text{výnosy}} = \frac{185952,71}{188370} = 0,99 \quad (3)$$

$$\text{Ziskovosť} = \frac{\text{zisk}}{\text{výnosy}} = \frac{2417}{188370} = 0,01 \quad (4)$$

$$\text{Nákladovosť} + \text{Ziskovosť} = 1$$

6.8.6 Plánovaná výhodisková súvaha

Plánovanú výhodiskovú súvahu na prvý rok podnikania prikladám v prílohe P XX.

6.8.7 Výška potreby počiatočného kapitálu

Tab. 16: Výška potreby počiatočného kapitálu

Názov účtu	Číslo účtu	Vstupné pomery	Suma v €
Spotreba materiálu – materiál	501/002	100%	10699,50
Spotreba materiálu – suroviny	501/001	1 mesiac	2 482,73
Spotreba energie	502	2 mesiace	3333,33
Predaný tovar	504	1 mesiac	3006,37
Opravy a udržiavanie	511	1 mesiac	208,33
Cestovné	512	1 mesiac	208,33
Ostatné služby	518	50%	2 750,00
Mzdové náklady	521	2 mesiace	10 000,00
Zákonné sociálne zabezpečenie	524	2 mesiace	3 520,00
Ostatné sociálne náklady	527	2 mesiace	216,67
Ostatné dane a poplatky	538	90%	225,00
OC dlhodobého majetku	01..02..	100%	2 900,00
Rezerva (13,78%)			5449,74
SPOLU			45 000

Členenie výšky potreby počiatočného kapitálu

Vlastné imanie:

Základné imanie: 30 000,00 €

Závazky:

Úver: 15 000,00 €

Výška potreby počiatočného kapitálu činí 45 000 €. V tab. 16 sú jednotlivé položky, ktoré sú potrebné pri otvorení reštaurácie. Počítal som so 100% materiálom potrebným na výbavu podniku, kde patrí aj obstarávací cena dlhodobého majetku. Ďalej počítam s 1 mesačnou potrebou na suroviny a tovar, a 2 mesačnou potrebou na mzdy. Ostatné položky sú uvedené v tabuľke.

ZÁVER

V rámci predstáv a cieľov o tejto práci sa mi podarilo dosiahnuť pôvodnej predstave, teda vytvoriť podnikateľský zámer založenia reštaurácie. Cieľ sa podarilo dosiahnuť na základe teoretických znalostí a kvalitne spracovaných analýz. Založenie podniku v oblasti pohostinstva je náročný a časovo zdĺhavý proces, ktorý zahŕňa radu činností. Nevýhodou je každého nového podniku je predovšetkým neistota, že nebudú dosiahnuté vopred stanovené ciele. Existuje tu akýsi strach z neúspechu firmy na trhu.

Cieľ mojej práce sa mi podarilo naplniť napriek tomu, ako časovo náročné bolo spracovanie projektu. Pre spracovanie teoretickej časti projektu bolo nutné najprv jej dôkladné nashudovanie aby som získal a najmä rozšíril znalosti o prieskume trhu, a podrobných krokoch založenia nového podniku na trhu v oblasti poskytovania služieb. Spracoval som podrobne Porterovú analýzu a spolu so SWOT analýzou tvoria väčšiu časť analytickej časti projektu. Ďalšiu časť tvorí časová analýza, ktorá je zostrojená na zabezpečenie plynulého priebehu na seba nadväzujúcich činností. Z výsledkov analýz vyplynulo, že na miestnom trhu sa nachádza malá díera, ktorú je možno vyplniť. Vstup na trh sa napriek nepriaznivej ekonomickej situácie sa projekt nejaví ako vysoko rizikový

Niemenej dôležitá je aj druhá časť, samotný podnikateľský zámer založenia reštaurácie. Bolo potrebné spracovať veľké množstvo informácií, počínajúc výsledkami z prieskumu z trhu, zakladateľskými zmluvami a všetkými náležitosťami na založenie podniku, až po personálne obsadenie, vybavenosť podniku, výber dodávateľov, ponukový program, cenotvorba, spracovanie kalkulácií, finančných výkazov a i. Jednou z najdôležitejších častí je aj spracovanie výšky potreby počiatočného kapitálu. Na základe finančného plánu bolo zistené, že reštaurácia dosiahne zisku, aj keď minimálneho, až v druhom roku podnikania. Je to spôsobené vysokými počiatočnými nákladmi na založenie a vybavenie podniku.

Táto práca mi priniesla aj veľa poznatkov, z gastronómie, ktoré som sa snažil využiť na spracovanie tejto práce, aby som docielil čo najlepšieho výsledku.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

DEDOUCHOVÁ, Marcela, 2001. *Strategie podniku*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-603-4.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK, 2005. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1.vydání. Praha: Grada. ISBN 80-247-0939-2.

HISRICH, R. D, PETERS, M. P, 1996. *Založení a řízení nového podniku*. 1. vydání. Praha: Victoria Publisching. ISBN 80-85865-07-6.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2008. *Strategický marketing*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2690-8.

KÍNL, Karel, JEŽEK, Jan a Denisa DVOŘÁKOVÁ, 1998. *Velká kniha pro podnikání pro fyzické a právnické osoby*. 1. vydání. Olomouc: Rubico. ISBN 80-85839-21-0.

KORÁB, Vojtěch, PETERKA, Jiří a Mária Režňáková, 2007. *Podnikatelský plán*. 1. vydání. Brno: Computer Press, a.s. ISBN 978-80-251-1605-0.

KOTLER, Philip, 2001. *Marketing management*. 10. rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN. 80-247-0016-6.

NÝVLTOVÁ, Romana a Pavel MARINIČ, 2010. *Finanční řízení podniku*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3158-2.

PORTER, Michael E., 1994. *Konkurenční strategie*. 1. Vydání. Praha: Victoria publishing. ISBN 80-85605-11-2.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ, 2010. *Základy podnikání*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3339-5.

SYNEK, Miloslav, 1996. *Manažerská ekonomika*. 4. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1992-4.

VEBER, Jaromír; SRPOVÁ, Jitka a kol., 2008. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2409-6.

Elektronické zdroje

Eserocka [online]. [cit. 2012-05-11]. Základné podmienky pre založenie spoločnosti s ručným obmedzeným. Dostupné z WWW: < <http://www.eserocka.sk/zalozeniespolocnosti.html>>.

Podnikatel [online]. [cit. 2012-04-02]. Jít na trh v kůži OSVČ či se schovat pod křídly s.r.o. Dostupné z WWW: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/jit-na-trh-v-kuzi-osvc-nebo-s-r-o>>.

Portál veřejné správy [online]. [cit. 2012-05-21]. Zákon č. 513/1991 Sb. Dostupné z WWW: <http://portal.gov.cz/wps/portal/_s.155/701?kam=zakon&c=513/1991>.

Px-web.statistics [online]. [cit. 2012-07-12]. Databáza Dostupné z WWW: <http://px-web.statistics.sk/PXWebSlovak/Dialog/varval.asp?ma=40_PODNIK&ti=Podniky+pod%BEa+ekonomick%FDch+%E8innost%ED+%28OKE%C8%29+pod%BEa%3A+%FAzemie%2C+ttyp+ukazovate%BEa+a+rok&path=../Database/sk/07OrgStat/&search=HOTELY%2C+RE%8ATAUR%C1CIE&lang=12>.

Zákony pre ľudí [online]. [cit. 2012-04-20]. Predpis č. 277/2008 Zb. Dostupné z WWW: <<http://www.zakonypreludi.sk/zz/2008-277>>.

Zákony pre ľudí [online]. [cit. 2012-04-20]. Predpis č. 513/1991 Zb. Dostupné z WWW: <<http://www.zakonypreludi.sk/zz/1991-513>>.

Zákony pre ľudí [online]. [cit. 2012-04-20]. Predpis č. 397/2008 Zb. Dostupné z WWW: <<http://www.zakonypreludi.sk/zz/2008-397>>.

Zákony pre ľudí [online]. [cit. 2012-04-20]. Predpis č. 455/1991 Zb. Dostupné z WWW: <<http://www.zakonypreludi.sk/zz/1991-455>>.

ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK

A i.	A iné
A pod.	A podobne
HACCP	Hazard Analysis Critical Points – analýza nebezpečia narušenia zdravotnej, alebo hygienickej nezávadnosti potravín
Kol.	Kolektív
OC	Obstarávacia cena
OKEČ	Odvetvová klasifikácia ekonomických činností
PC	Predajná cena
SZČO	Samostatne zárobkovo činná osoba
t. z.	To znamená
Z. z.	Zbierka zákonov

ZOZNAM OBRÁZKOV

<i>Obr. 1: Porterov model piatich konkurenčných sil.....</i>	<i>29</i>
<i>Obr. 2: Pohlavie respondentov.....</i>	<i>39</i>
<i>Obr. 3: Veková kategória respondentov.....</i>	<i>40</i>
<i>Obr. 4: frekvencia navštevovania gastronomických podnikov.....</i>	<i>40</i>
<i>Obr. 5: Typ navštevovaného zariadenia.....</i>	<i>41</i>
<i>Obr. 6: Preferovaný typ zariadenia v budúcnosti.....</i>	<i>42</i>
<i>Obr. 7: Uprednostňovaný typ jedla.....</i>	<i>42</i>
<i>Obr. 8: Preferované nápoje.....</i>	<i>43</i>
<i>Obr. 9: Prostredie podniku.....</i>	<i>43</i>
<i>Obr. 10: prostredie pre využitie terasy.....</i>	<i>44</i>
<i>Obr. 11: preferované aktivity pre deti.....</i>	<i>44</i>
<i>Obr. 12: Ganttov diagram spracovaný pomocou programu MS Project 2007.....</i>	<i>47</i>
<i>Obr. 13: Ganttov diagram spracovaný pomocou MS Project 2007.....</i>	<i>48</i>
<i>Obr. 14: Grafické znázornenie metódy CPM spracované v programe WinQSB.....</i>	<i>49</i>

ZOZNAM TABULIEK

<i>Tab. 1: Charakteristické rozdiely medzi osobnou a kapitálovou spoločnosťou.....</i>	<i>21</i>
<i>Tab. 2: Základné informácie o obchodných spoločnostiach.....</i>	<i>22</i>
<i>Tab. 3: Výhody s.r.o. oproti živnostenskému podnikaniu.....</i>	<i>25</i>
<i>Tab. 4: hodnotenie konkurencie podľa kritérií.....</i>	<i>34</i>
<i>Tab. 5: Dodávatelia a dôvody výberu.....</i>	<i>34</i>
<i>Tab. 6: SWOT analýza reštaurácie.....</i>	<i>38</i>
<i>Tab. 7: Spracovanie projektu.....</i>	<i>46</i>
<i>Tab. 8: Činnosti realizácie projektu.....</i>	<i>47</i>
<i>Tab. 9: Zadávacia tabuľka spracovaná v programe MS Project 2007.....</i>	<i>48</i>
<i>Tab. 10: Metóda CPM spracovaná pomocou programu WinQSB.....</i>	<i>48</i>
<i>Tab. 11: Tabuľka analýzy konkurencie.....</i>	<i>61</i>
<i>Tab. 12: Tabuľka miezd zamestnancov.....</i>	<i>69</i>
<i>Tab. 13: Výsledok hospodárenia za 1. rok podnikania.....</i>	<i>73</i>
<i>Tab. 14: Výsledok hospodárenia za 2. rok podnikania.....</i>	<i>73</i>
<i>Tab. 15: Výsledok hospodárenia za 3. rok podnikania.....</i>	<i>74</i>
<i>Tab. 16: Výška potreby počiatočného kapitálu.....</i>	<i>76</i>

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha P I: Logo podniku

Príloha P II: Vzor spoločenskej zmluvy

Príloha P III: Vzor formulára na ohlásenie živnosti právnickej osoby

Príloha P IV: Dispozičné riešenie

Príloha P V: Vzor ponukového programu

Príloha P VI: Umiestenie podniku na mape

Príloha P VII: Vzor dotazníka

Príloha P VIII: Vzor ankety

Príloha P IX: Kalkulácie

Príloha P X: Cenový výmer

Príloha P XI: Organizačná štruktúra

Príloha P XII: Vzor otváracích hodín

Príloha P XIII: Plán predaja výrobkov

Príloha P XIV: Zoznam spotrebného materiálu

Príloha P XV: Plán predaja tovarov

Príloha P XVI: Osobné náklady na jeden rok podnikania

Príloha P XVII: Plán odpisov dlhodobého majetku

Príloha P XVIII: Splátkový kalendár

Príloha P XIX: Výkaz ziskov a strát

Príloha P XX: Plánovaná východisková súvaha

PRÍLOHA P I: LOGO PODNIKU



PRÍLOHA P II: VZOR SPOLOČENSKEJ ZMLUVY

ZMLUVA O ZALOŽENÍ Spoločnosti s ručením obmedzeným

Spoločníci: Ján Koščo, 28. 12.1986, N. Teslu 4720/26, 921 01 Piešťany, 861228/9840
Peter Koščo, 14. 02. 1984, N. Teslu 4720/26, 921 01 Piešťany,

Uzavierajú túto spoločenskú zmluvu o založení spoločnosti s ručením obmedzeným:

Čl. I

Úvodné ustanovenia

1. Spoločníci sa dohodli na založení spoločnosti s ručením obmedzeným podľa ustanovení § 105 až §153 Obchodného zákonníka s obchodným menom, Weossy, spoločnosť s ručením obmedzeným, v skratke Weossy, spol. s r. o.
2. Spoločnosť má sídlo v Ružomberku
3. Adresa spoločnosti : N. Teslu 4720/26, 921 01 Piešťany

Čl. II

Predmet podnikania spoločnosti

1. Ponuka gastronomických služieb

Čl. III

Doba trvania spoločnosti

Spoločnosť sa zakladá na dobu neurčitú

Čl. IV

Základné imanie spoločnosti

1. Vlastné imanie spoločnosti je 130 755 € a je vytvorené výlučne peňažnými vkladmi spoločníkov, ktoré budú v plnej výške splatené pred dňom podania návrhu na zápis spoločnosti so obchodného registra.
2. Výška vkladov jednotlivých spoločníkov je nasledovná:

Ján Koščo	15 000 €
Peter Koščo	15 000 €
Budova	100 755 €
3. Spoločníci zložia svoje vklady na zvlášť pre tento účel zariadený účet v ČSOB banke a. s. Ružomberok
4. Spoločníci sa dohodli, že správcom vkladov pred zápisom spoločnosti do obchodného registra bude Ján Koščo.

Čl. V

Práva a povinnosti spoločníkov

1. Spoločník má právo:
 - 1.1 Nahliadať do všetkých dokladov spoločnosti
 - 1.2 Byť informovaný o stave majetku spoločnosti, výsledkoch hospodárenia a spôsob vedenia spoločnosti
 - 1.3 Predkladať orgánom spoločnosti návrhy a vyžadovať od nich vysvetlenia skutočností súvisiacich s činnosťou spoločnosti. Tieto svoje práva môže spoločník uplatniť sám

alebo na vlastné náklady prostredníctvom ním poverených osôb.

1. Spoločník má nárok na podiel na zisku spoločnosti vo výške, zodpovedajúcej jeho vkladu vloženému do spoločnosti.
2. Spoločník je povinný:
 - 3.1 Splatiť svoj vklad vo výške a v lehote uvedenej v čl. IV tejto zmluvy. Pri omeškaní plnenia zaplatí spoločník úrok omeškania vo výške 10% dlžnej čiastky.
 - 3.2 Prispieť na úhradu strát spoločnosti peňažným plnením nad výšku svojho vkladu a to až do jeho dvojnásobku.
 - 3.3 Zdržať sa konania, ktoré by mohlo poškodiť záujmy spoločnosti a zachovávať obchodné tajomstvo.

Čl. VI

Obchodné podiely spoločníkov a ich prevod

1. Obchodné podiely spoločníkov sú vypočítané podľa pomeru ich vložených vkladov k základnému imaniu spoločnosti a sú uvedené v čl. IV tejto zmluvy.
2. Obchodný podiel je možno dediť, deliť a prevádzať len so súhlasom valného zhromaždenia spoločnosti. Zakladatelia spoločnosti majú prednostné právo na prevzatie voľného obchodného podielu v pomere, rovnom pomeru ich vkladov. Toto právo musia uplatniť najneskôr do troch týždňov odo dňa kedy boli o tejto možnosti informovaní.
3. Nový spoločník musí písomne potvrdiť v zmluve o prevode obchodného podielu, že pristupuje k spoločenskej zmluve. Jeho podpis na zmluve musí byť úradne overený.

Čl. VII

Valné zhromaždenie

1. Valné zhromaždenie spoločníkov je najvyšším orgánom spoločnosti. Spoločníci si spomedzi seba na prvom valnom zhromaždení volia predsedu zhromaždenia. Jeho funkčné obdobie trvá tri roky a je bez možnosti znovuzvolenia.
2. Do pôsobnosti valného zhromaždenia patrí:
 - a) Odmietnutie konaní urobených zakladateľmi pred vznikom spoločnosti
 - b) Schvaľovanie ročnej účtovnej závierky, rozdelenie zisku a úhrady strát
 - c) Schvaľovanie stanov a ich zmien
 - d) Rozhodovanie o zmene spoločenskej zmluvy (podľa § 141)
 - e) Rozhodovanie o zvýšení alebo znížení základného imania
 - f) Vymenovanie, odvolanie a odmeňovanie konateľov
 - g) Vymenovanie, odvolanie a odmeňovanie členov dozornej rady
 - h) Vylúčenie spoločníkov podľa § 113 a 121
 - i) Rozhodovanie o zrušení spoločnosti, ak to spoločenská zmluva pripúšťa
3. Valné zhromaždenie je uznášania schopné, ak sú prítomní spoločníci vlastníaci minimálne polovicu všetkých hlasov. Každý spoločník má jeden hlas za každých 33,-€ svojho vkladu.
4. Valné zhromaždenie rozhoduje nadpolovičnou väčšinou hlasov prítomných spoločníkov okrem prípadov, kedy sa hlasuje o otázkach prináležiacich do výlučnej právomoci valného zhromaždenia (odsek 2 písm.a), c), d), e) a i) tohto článku)
5. Konatelia sú povinný zvolať riadne valné zhromaždenie minimálne raz za rok spôsobom uvedeným v § 129 ods. 1.Obchodného zákonníka. Mimoriadne valné zhromaždenie sú konatelia povinný zvolať ak:

- a) Rezervný fond klesol pod polovicu hodnoty, ktorú mal v čase konania posledného valného zhromaždenia.
 - b) Požadajú o zvolanie spoločníci vlastníaci minimálne 10% základného imania spoločnosti
 - c) Treba riešiť otázku prevodu, prechodu, dedenia alebo delenia obchodného podielu.
6. Z valného zhromaždenia sa píše zápisnica v ktorej sú zachytené predovšetkým:
- a) Dôležité skutočnosti z priebehu zhromaždenia
 - b) Všetky rozhodnutia s uvedením počtu hlasov za, proti a zdržaných hlasovania
 - c) Na požiadanie spoločníka jeho stanovisko k určitému uzneseniu. K zápisnici sa prikleďujú všetky písomné podania a vyhlásenia. Zápisnicu podpisuje predseda zhromaždenia, zapisovateľ a dvaja overovatelia podpisov, zvolení na začiatku zhromaždenia.
 - d) Konatelia sú povinný do 10 dní od skončenia zhromaždenia rozposlať kópie zápisnice všetkým spoločníkom
- 7) Valné zhromaždenie si môže vyhradiť právo rozhodovať aj o veciach, ktoré ináč patria do pôsobnosti iných orgánov spoločnosti

Čl. VIII Konatelia

1. Štatutárnym orgánom spoločnosti sú dvaja konatelia, Každý z nich má právo samostatne konať v mene spoločnosti.
2. Konateľov menuje a odvoláva valné zhromaždenie. Návrh na odvolanie konateľa môže podať ktorýkoľvek spoločník
3. Konatelia riadia spoločnosť vo všetkých veciach, ktoré nie sú vo výlučnej pôsobnosti valného zhromaždenia.
4. Konatelia sú povinný:
 - Zabezpečiť vedenie zákonom predpísanej evidencie a účtovníctva
 - Viesť zoznam spoločníkov
 - Informovať spoločníkov minimálne raz za kvartál o stave spoločnosti
5. Konatelia vykonávajú voči zamestnancom spoločnosti všetky práva a povinnosti zamestnávateľa.
6. Konatelia nesmú bez predchádzajúceho schválenia valným zhromaždením:
 - 6.1 Uzatvárať vo vlastnom mene alebo na vlastný účet obchody súvisiace s predmetom podnikania spoločnosti a zúčastňovať sa na podnikaní inej spoločnosti s rovnakým alebo podobným predmetom podnikania.
 - 6.2 Prevziať cudzie záväzky
 - 6.3 Prevziať menom spoločnosti ručenie
 - 6.4 Nadobúdať a scudzovať účasti na iných spoločnostiach
 - 6.5 Nakladať s pohľadávkami a záväzkami spoločnosti, ktorých hodnota je vyššia ako 12000,-€ okrem bežného hospodárenia spoločnosti
 - 6.6 Rozširovať alebo zužovať predmet podnikania
 - 6.7 Uzatvárať nájomné a leasingové zmluvy na viac ako dva roky a sumu vyššiu ako 33 000,-€
7. Konateľ spoločnosti pre obdobie po založení spoločnosti je :
Nikoleta Laučíková, Hospodárska 84, 91701 Trnava

Čl. IX Zvýšenie a zníženie základného imania

Spoločnosť pri zvyšovaní /znižovaní základného imania postupuje podľa ustanovení § 142 až § 147 Obchodného zákonníka .

Čl. X Rezervný fond

Spoločnosť pri svojom vzniku vytvára rezervný fond vo výške 10% základného imania, ktorý bude zložený na osobný účet č. 35- 19048012/0200 ku dňu podania návrhu na zápis do obchodného registra. Spoločnosť bude rezervný fond dopĺňať každý rok po účtovnej závierke vo výške najmenej 5% z čistého zisku.

Čl. XI Rozdelenie zisku

Valné zhromaždenie spoločnosti schvaľuje ročnú účtovnú závierku a rozhodne o rozdelení čistého zisku, ktorý zostane po zaplatení daní a poplatkov. Pri rozdeľovaní zisku sa dodrží nasledujúce poradie:

1. Prídelenie do rezervného fondu
2. Výdavky na iné účely (investície a pod.)
3. Rozdelenie medzi spoločníkov v pomere ich vkladov

Čl. XII Konanie a podpisovanie za spoločnosť

1. V mene spoločnosti konajú dvaja konatelia, každý z nich samostatne
2. Právo podpisovať menom spoločnosti majú dvaja konatelia samostatne. Konatelia sa podpisujú tak, že k obchodnému menu spoločnosti pripoja svoj podpis

Čl. XIII Riešenie sporov

V prípade že pri plnení tejto spoločenskej zmluvy vzniknú medzi spoločníkmi spory, ktoré sa nepodarí riešiť mierom, spoločníci majú právo podať na súd návrh na začatie súdneho konania.

Čl. XIV Zrušenie spoločnosti a vysporiadanie spoločníkov pri likvidácii spoločnosti

1. Okrem dôvodov uvedených v § 68 Obchodného zákonníka a ďalších zákonných dôvodov, môže byť spoločnosť zrušená aj dohodou spoločníkov.
2. Po zrušení spoločnosti s likvidáciou má každý spoločník právo na podiel na likvidáčnom zostatku v pomere vlastného vkladu k vkladom ostatných spoločníkov.

Čl. XV
Závěrečné ustanovenia

1. Pri riešení ďalších otázok, neupravených touto zmluvou, sa zmluvné strany budú riadiť ustanoveniami Obchodného zákonníka.
Všetky zmeny a doplnky v tejto zmluve musia mať písomnú formu a ich platnosť podmienená súhlasom všetkých spoločníkov.
2. Náklady vynaložené na založenie a vznik spoločnosti uhradia spoločníci v pomere ich vkladov do spoločnosti. Po vzniku spoločnosti tieto náklady nesie spoločník
3. Ak niektoré ustanovenia tejto zmluvy budú zmenené rozhodnutím valného zhromaždenia alebo stratia platnosť, táto zmluva ako celok platnosť nestráca.
4. Táto zmluva bola vyhotovená v štyroch rovnopisoch
5. Text zmluvy sa nesmie ďalej rozširovať
6. Spoločníci po prečítaní znenie zmluvy vyhlasujú, že obsah zmluvy vyjadruje ich vôľu a na znak súhlasu ju vlastnoručne podpisujú.

V Piešťanoch dňa

.....
podpis spoločníka

.....
podpis spoločníka

**PRÍLOHA P III: VZOR FORMULÁRA NA OHLÁSENIE
ŽIVNOSTI PRÁVNICKEJ OSOBY**

Vyplní úrad

OBVODNÝ ÚRAD
odbor živnostenského podnikania

FORMULÁR pre právnickú osobu

ohlásenie voľnej, remeselnej alebo viazanej živnosti, podľa § 45, § 45a) a § 46 zákona č. 455/1991 Zb. o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon) v znení neskorších predpisov

ČASŤ A.1 Podnikateľský subjekt

obchodné meno: Weosy, s. r. o.
právna forma: s. r. o.
identifikačné číslo (IČO, ak bolo pridelené): 46 231 471

Sídlo právnickej osoby

ulica: N. Teslu	číslo: 4720/26	okres: Piešťany
obec: Piešťany	PSČ: 921 01	štát: Slovenská Republika
telefón:	fax:	e-mail:

OZNAČENIE podniku zahraničnej osoby alebo organizačnej zložky podniku zahraničnej osoby na území Slovenskej republiky

- podnik zahraničnej osoby -
 organizačná zložka podniku zahraničnej osoby -

Adresa miesta činnosti podniku zahraničnej osoby alebo miesta činnosti organizačnej zložky podniku zahraničnej osoby na území Slovenskej republiky (uvedie zahraničná právnická osoba, v štruktúre: ulica, číslo, PSČ, obec)

--

Údaje o vedúcom podniku zahraničnej osoby/vedúcom organizačnej zložky podniku zahraničnej osoby v Slovenskej republike (údaje označené * uvedie osoba so štátnou príslušnosťou niektorého zo štátov EÚ)

titul:	priezvisko:	meno:	titul:
rodné číslo:*	pohlavie:*	rodné priezvisko:*	
miesto narodenia:*		dátum narodenia:	
štátna príslušnosť:			

Bydlisko vedúceho podniku zahraničnej osoby/organizačnej zložky podniku zahraničnej osoby

ulica:	číslo:	okres:
obec:	PSČ:	štát:

Splnomocnenec v tuzemsku na doručovanie (povinné pre právnickú osobu so sídlom v zahraničí)

titul:	priezvisko:	meno:	titul:
			rodné číslo:

obchodné meno:	IČO:
----------------	------

Adresa splnomocnenca na doručovanie (bydliska fyzickej osoby/adresa sídla právnickej osoby)

ulica:	číslo:	okres:
obec:	PSČ:	

TMV SR 2007/61-1

ČASŤ A.2 Údaje o štatutárnom orgáne

(údaje označené* uvedie fyzická osoba so štátnou príslušnosťou niektorého zo štátov EÚ)

titul: Bc.	priezvisko: Koščo	meno: Ján	titul:
rodné číslo:* 861228/9840	pohlavie:* muž	rodné priezvisko:*	
miesto narodenia:* Trebišov	dátum narodenia: 28.12.1986		
štátna príslušnosť: slovenská	pobyt na území SR do:		
spôsob konania:			

Adresa bydliska

ulica: N. Teslu	číslo: 4720/26	okres: Piešťany
obec:	PSČ: 921 01	štát: Slovenská Republika

Adresa pobytu na území Slovenskej republiky (uvedie iba zahraničná osoba s bydliskom mimo územia SR)

ulica:	číslo:	okres:
obec:	PSČ:	štát:

Údaje o štatutárnom orgáne

(údaje označené* uvedie fyzická osoba so štátnou príslušnosťou niektorého zo štátov EÚ)

titul:	priezvisko:	meno:	titul:
rodné číslo:*	pohlavie:*	rodné priezvisko:*	
miesto narodenia:*	dátum narodenia:		
štátna príslušnosť:	pobyt na území SR do:		
spôsob konania:			

Adresa bydliska

ulica:	číslo:	okres:
obec:	PSČ:	štát:

Adresa pobytu na území Slovenskej republiky (uvedie iba zahraničná osoba s bydliskom mimo územia SR)

ulica:	číslo:	okres:
obec:	PSČ:	štát:

Ak je štatutárnym orgánom právnická osoba, uvedie:

IČO:

obchodné meno, právna forma:

Adresa sídla právnickej osoby štatutárneho orgánu

ulica:	číslo:	okres:
obec:	PSČ:	štát:

ČASŤ A.3 Ostatné údaje

Odbornú spôsobilosť preukazujeme nasledovnými dokladmi:

Oprávnenie užívať nehnuteľnosť (sídla právnickej osoby nezapisovanej do obchodného registra, miesto činnosti podniku zahraničnej osoby alebo miesto činnosti organizačnej zložky podniku zahraničnej osoby) preukazujeme:

Spoločne s ohlásením živnosti:

uvádzame údaje pre splnenie daňovej registrácie k dani z príjmov a oznamovacej povinnosti

predkladáme návrh na prvý zápis do obchodného registra

Vyhlasujeme, že uvedené údaje sú pravdivé, že žiadny osobitný zákon nám neobmedzuje alebo nevylučuje prevádzkovať živnosť a že na náš majetok nebol ukončený konkurz a ani nebol návrh na konkurz zamietnutý pre nedostatok majetku, že nám súdom ani správnym orgánom nebol uložený zákaz činnosti týkajúci sa vykonávania živnosti.

 podpis oprávnenej osoby (oprávnených osôb)

V Piešťanoch

dňa:

Príloha

Doklad o zaplatení správneho poplatku v hodnote

ČASŤ B. Predmety podnikania

Predmet podnikania: (ako prvý predmet uveďte činnosť, ktorú považujete za hlavnú)
Pohostinská činnosť

deň začatia živnosti: 01.01.2014 deň ukončenia podnikania:

Ustanovený zodpovedný zástupca: áno – nie

Prevádzkarne zapíšte v tvare (adresa – ulica, číslo, PSČ, obec, typ prevádzkarne*)

* typ: prevádzkareň, združená prevádzkareň, súvisiaci priestor

Predmet podnikania:

Organizovanie kultúrnych a iných spoločenských podujatí v rozsahu voľnej živnosti

deň začatia živnosti: 01.01.2014 deň ukončenia podnikania:

Ustanovený zodpovedný zástupca: áno – nie

Prevádzkarne zapíšte v tvare (adresa – ulica, číslo, PSČ, obec, typ prevádzkarne*)

* typ: prevádzkareň, združená prevádzkareň, súvisiaci priestor

Predmet podnikania:

Prieskum trhu a verejnej mienky v rozsahu voľnej živnosti

deň začatia živnosti: 01.01.2014 deň ukončenia podnikania:

Ustanovený zodpovedný zástupca: áno – nie

Prevádzkarne zapíšte v tvare (adresa – ulica, číslo, PSČ, obec, typ prevádzkarne*)

* typ: prevádzkareň, združená prevádzkareň, súvisiaci priestor

Predmet podnikania:

Donášková služba

deň začatia živnosti: 01.01.2014 deň ukončenia podnikania:

Ustanovený zodpovedný zástupca: áno – nie

Prevádzkarne zapíšte v tvare (adresa – ulica, číslo, PSČ, obec, typ prevádzkarne*)

* typ: prevádzkareň, združená prevádzkareň, súvisiaci priestor

Poznámka: Formulár zopakujte podľa počtu predmetov podnikania.

Prevádzkarňou sa rozumie priestor, v ktorom sa prevádzkuje živnosť.

Združenou prevádzkarňou sa rozumie trvalo zriadený priestor, v ktorom sa prevádzkuje výrobná živnosť na účel výroby finálneho produktu v prípade, ak pracovný, technický alebo technologický postup prác nadväzuje na seba alebo inak spolu súvisí.

Za súvisiace priestory sa považujú: sklady, stanovištia a odstavné plochy pre motorové vozidlá, garáže a priestory určené na zabezpečenie údržby a technickú kontrolu vozidiel, miesto podnikania, výstavné priestory a vzorkové predajne, priestory na prijímanie zákaziek alebo tovaru a na jeho vydávanie, kancelárie a pod.

ČASŤ B.1 Súhlas zodpovedného zástupcu

Zodpovedný zástupca (údaje označené * uvedie osoba so štátnou príslušnosťou niektorého zo štátov EÚ)

K predmetu podnikania:			
titul:	priezvisko:	meno:	titul:
rodné číslo:*	pohlavie:*	rodné priezvisko:*	
miesto narodenia:*	dátum narodenia: <i>(ak nie je uvedené rodné číslo)</i>	štátna príslušnosť:	

Bydlisko zodpovedného zástupcu

ulica:	číslo:	okres:
obec:	PSČ:	štát:

SÚHLASÍM

s ustanovením do funkcie zodpovedného zástupcu v zmysle § 11 zákona č. 455/1991 Zb. o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon) v znení neskorších predpisov, u právnickej osoby uvedenej v časti A tohto formulára a

VYHLASUJEM

že uvedené údaje sú pravdivé a že

- nebolo mi zrušené živnostenské oprávnenie za porušenie podmienok alebo povinností určených zákonom ako osobitne závažné, ani za porušenie podmienok ustanovených koncesnou listinou, živnostenským zákonom alebo iným právnym predpisom
- mi nebol súdom ani správnym orgánom uložený zákaz činnosti týkajúci sa vykonávania živnosti

V _____, dňa:

podpis zodpovedného zástupcu

ČASŤ C. Údaje potrebné pre vyžiadanie výpisu z registra trestov:

Poznámka: Časť C formulára vyplnia osoby, na ktoré sa podľa zákona č. 455/1991 Zb. o živnostenskom podnikaní v znení neskorších predpisov vzťahuje podmienka bezúhonnosti (fyzické osoby so štátnou príslušnosťou SR v postavení podnikateľ, zodpovedný zástupca, vedúci podniku/organizačnej zložky podniku zahraničnej osoby a osoby, ktoré sú štatutárnym orgánom právnickej osoby). Previazanosť medzi základnou časťou A formulára zabezpečujú položky priezvisko, meno, rodné číslo.

priezvisko: Koščo	meno: Ján	rodné číslo: 8612289840
okres narodenia: Trebišov	štát narodenia: SR	
predchádzajúce meno:	predchádzajúce priezvisko:	
meno otca: Ján	priezvisko otca: Koščo	
meno matky: Dana	priezvisko matky:Koščová	rodné priezvisko matky:

priezvisko: Koščo	meno: Peter	rodné číslo: 8402149569
okres narodenia:Trebišov	štát narodenia: SR	
predchádzajúce meno:	predchádzajúce priezvisko:	
meno otca: Ján	priezvisko otca: Koščo	
meno matky: Dana	priezvisko matky: Koščová	rodné priezvisko matky:

priezvisko:	meno:	rodné číslo:
okres narodenia:	štát narodenia:	
predchádzajúce meno:	predchádzajúce priezvisko:	
meno otca:	priezvisko otca:	
meno matky:	priezvisko matky:	rodné priezvisko matky:

priezvisko:	meno:	rodné číslo:
okres narodenia:	štát narodenia:	
predchádzajúce meno:	predchádzajúce priezvisko:	
meno otca:	priezvisko otca:	
meno matky:	priezvisko matky:	rodné priezvisko matky:

ČASŤ D. Prihláška k registrácii daňovníka k dani z príjmu právnickej osoby
Právnická osoba

obchodné meno: Weossy, spol. s. r. o.	IČO: 46 231 471
---------------------------------------	-----------------

Čísla účtov

a) tuzemské

názov peňažného ústavu	predčíslenie-číslo účtu/kód peňažného ústavu
	- /
	- /

b) v zahraničí

číslo účtu v IBAN	SWIFT kód banky

Osoby oprávnené konať v daňových veciach za právnickú osobu okrem štatutárneho orgánu (tieto údaje nebudú akceptované správcom dane bez splnenia podmienok uvedených v § 9 zákona č. 511/1992 Zb.)

titul:	priezvisko:	meno:	titul:
		rodné číslo:	
obchodné meno:		IČO:	

Adresa bydliska fyzickej osoby/adresa sídla právnickej osoby

ulica:	číslo:	okres:
obec:	PSČ:	štát:

Iné organizačné jednotky ako prevádzkarne (adresa, ulica, číslo, PSČ, obec, označenie*)

* označenie: O = odštepny závod, B = obchodné zastúpenie, K = kancelária

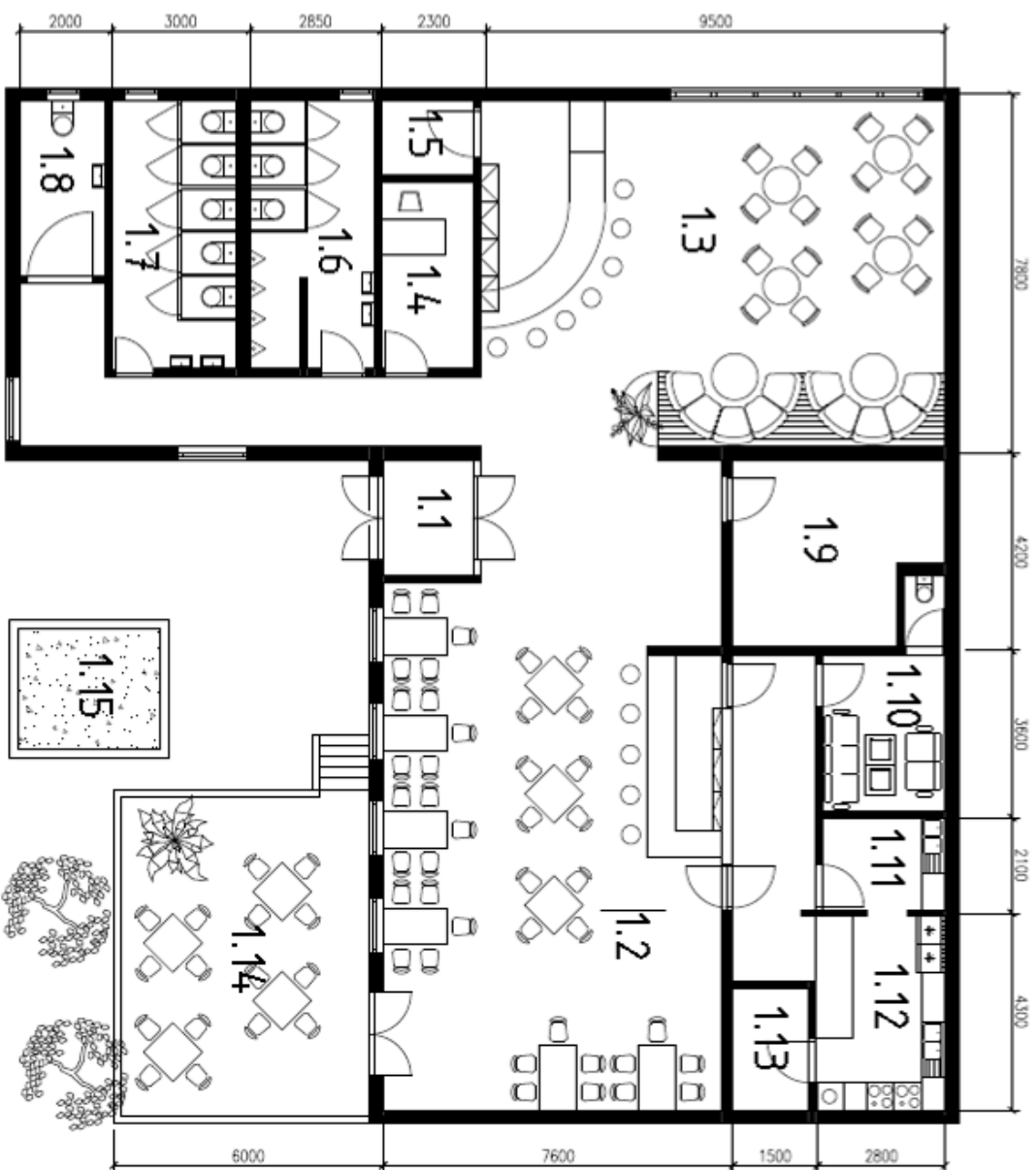
--

V Piešťanoch , dňa:

_____ podpis oprávnenej osoby (oprávnených osôb)

DISPOZIČNÉ RIEŠENIE REŠTAURÁCIE M 1:100

TABUĽKA MIESTNOSTÍ



č.m.	ÚČEL MIESTNOSTÍ	ROZLOHA
1.1	PREDSEIŇ	4.8m ²
1.2	REŠTAURÁCIA	98m ²
1.3	KAVIARENĚ	72m ²
1.4	KANCELÁRIA	8m ²
1.5	PRÍRUCŇNÝ SKLAD	3m ²
1.6	WC MUŽI	15m ²
1.7	WC ŽENY	15m ²
1.8	WC PRE INVALIDOV	7.5m ²
1.9	KANCELÁRIA	16.5m ²
1.10	MIESTN. PRE PERSONÁL	10m ²
1.11	UMÝVAREŇ	5m ²
1.12	KUCHYŇA	12m ²
1.13	PRÍRUCŇNÝ SKLAD	4.5m ²
1.14	TERASA	38m ²
1.15	DETSKÉ IHRISKO	10m ²

PRÍLOHA P IV:DISPOZIČNÉ RIEŠENIE

PRÍLOHA P V: VZOR PONUKOVÉHO PROGRAMU

Jedálny a nápojový lístok

Gázdovský dvor

OPERA
OTTO PERUTZ

Studené predjedlá

<i>Bylinková nátierka</i>	<i>94,5 g</i>	<i>€ 0,89</i>
<i>Mäsovánátierka</i>	<i>99 g</i>	<i>€ 0,99</i>
<i>Zeleninové toasty</i>	<i>165 g</i>	<i>€ 1,39</i>

Polievky

<i>Zeleninový vývar s ceturinou</i>	<i>0,33 l</i>	<i>€ 0,59</i>
<i>Hovädzi vývar s rezancami</i>	<i>0,33 l</i>	<i>€ 0,69</i>
<i>Cibuľová polievka</i>	<i>0,33 l</i>	<i>€ 0,49</i>
<i>Pórová s krúpkami</i>	<i>0,33 l</i>	<i>€ 0,79</i>
<i>Chlebová polievka</i>	<i>0,45 l</i>	<i>€ 0,59</i>
<i>Kapustová polievka so šošovicou a gubami</i>	<i>0,59 l</i>	<i>€ 0,59</i>

Teplé predjedlá

<i>Zeleninové lievance</i>	<i>102 g</i>	<i>€ 0,75</i>
<i>Šunka zapečená v listkovom ceste</i>	<i>121 g</i>	<i>€ 1,49</i>



Ryby

<i>Pstruh na masle</i>	<i>135 g</i>	<i>€ 2,59</i>
<i>Losos v citrónovej omáčke</i>	<i>209 g</i>	<i>€ 2,79</i>
<i>Kapor na cigánsky spôsob</i>	<i>219 g</i>	<i>€ 2,89</i>

Hydina

<i>Morčacie závitky</i>	<i>219 g</i>	<i>€ 1,35</i>
<i>Morčacie stehná na smotane</i>	<i>187 g</i>	<i>€ 2,69</i>
<i>Kuracie zapekané na ryži a zelenine</i>	<i>375 g</i>	<i>€ 2,29</i>
<i>Kurča na víne</i>	<i>119 g</i>	<i>€ 1,59</i>
<i>Pečené kurča</i>	<i>116 g</i>	<i>€ 1,39</i>
<i>Kurča na spôsob bažanta</i>	<i>176 g</i>	<i>€ 2,19</i>
<i>Pečená hus s červenou kapustou</i>	<i>248 g</i>	<i>€ 2,39</i>
<i>Káčacie prsia s kari korením</i>	<i>187 g</i>	<i>€ 2,89</i>
<i>Pečená kačica na ovoci</i>	<i>229 g</i>	<i>€ 3,79</i>



Špeciality podniku

<i>Bažant plnený jablkami</i>	<i>200 g</i>	<i>€ 2,59</i>
<i>Srncí medajlóniky</i>	<i>102 g</i>	<i>€ 3,49</i>
<i>Dusené srncie rezne s cibuľou</i>	<i>110 g</i>	<i>€ 2,79</i>
<i>Daniel na pive</i>	<i>155 g</i>	<i>€ 2,89</i>

Špeciality na grile

<i>Grilované kurča</i>	<i>132 g</i>	<i>€ 1,99</i>
<i>Kurča so zemiakmi v alobale</i>	<i>148 g</i>	<i>€ 1,89</i>
<i>Bravčový ražník</i>	<i>134 g</i>	<i>€ 1,99</i>
<i>Grilovaná klobáska</i>	<i>130 g</i>	<i>€ 1,79</i>
<i>Pstruh so zemiakmi v alobale</i>	<i>148 g</i>	<i>€ 2,19</i>
<i>Grilované zemiaky</i>	<i>105 g</i>	<i>€ 0,89</i>
<i>Grilovaná zelenina</i>	<i>79 g</i>	<i>€ 0,89</i>
<i>Grilované jablčko</i>	<i>105 g</i>	<i>€ 0,89</i>

Hotové jedlá

<i>Segedínsky guláš</i>	<i>170 g</i>	<i>€ 1,99</i>
<i>Záhradkárské plnené papriky</i>	<i>145 g</i>	<i>€ 1,20</i>
<i>Zajac na smotane</i>	<i>185 g</i>	<i>€ 2,55</i>



Bezmasité jedlá

<i>Zapekaná zelená fazuľka</i>	<i>159 g</i>	<i>€ 1,39</i>
<i>Ľel zapečený so smotanou</i>	<i>208 g</i>	<i>€ 1,69</i>
<i>Vyprážaný zeler</i>	<i>101 g</i>	<i>€ 0,89</i>
<i>Vyprážaný syr</i>	<i>106 g</i>	<i>€ 1,69</i>
<i>Režance s mäkcom</i>	<i>146 g</i>	<i>€ 1,29</i>
<i>Parené buchty</i>	<i>109 g</i>	<i>€ 1,49</i>

Jedlá na objednávku

<i>Zbojnická ihla</i>	<i>135 g</i>	<i>€ 3,19</i>
<i>Biťtek s vajicami</i>	<i>95 g</i>	<i>€ 2,19</i>
<i>Mäso po provensálsky</i>	<i>183 g</i>	<i>€ 1,99</i>
<i>Plnené prírodné rezne</i>	<i>166 g</i>	<i>€ 1,99</i>
<i>Sedliacka sviatočná pochúťka</i>	<i>142 g</i>	<i>€ 1,99</i>
<i>Bravčové mäsko</i>	<i>123 g</i>	<i>€ 1,99</i>
<i>Labužnícke bravčové rebierko</i>	<i>190 g</i>	<i>€ 2,99</i>



Prílohy

<i>Varené zemiaky</i>	<i>130 g</i>	<i>€ 1,39</i>
<i>Opékané zemiaky</i>	<i>138 g</i>	<i>€ 1,23</i>
<i>Zemiakové krokety</i>	<i>152 g</i>	<i>€ 0,79</i>
<i>Zemiakové hranolky</i>	<i>152 g</i>	<i>€ 0,69</i>
<i>Zemiakové placky</i>	<i>150 g</i>	<i>€ 1,00</i>
<i>Zemiaková knedľa</i>	<i>120 g</i>	<i>€ 0,99</i>
<i>Lokša</i>	<i>100 g</i>	<i>€ 0,69</i>
<i>Bageta</i>	<i>100 g</i>	<i>€ 0,29</i>
<i>Chlieb</i>	<i>120 g</i>	<i>€ 0,35</i>
<i>Chren</i>	<i>30 g</i>	<i>€ 0,49</i>
<i>Horčica</i>	<i>30 g</i>	<i>€ 0,29</i>
<i>Kečup</i>	<i>30 g</i>	<i>€ 0,29</i>
<i>Tatárska omáčka</i>	<i>30 g</i>	<i>€ 0,69</i>

Šaláty

<i>Zeleninový šalát miešaný</i>	<i>155 g</i>	<i>€ 0,59</i>
<i>Kapustový šalát</i>	<i>179 g</i>	<i>€ 0,59</i>
<i>Šalát z červenej kapusty</i>	<i>130 g</i>	<i>€ 0,39</i>
<i>Kyslá kapusta</i>	<i>150 g</i>	<i>€ 0,79</i>
<i>Ovocný šalát</i>	<i>121 g</i>	<i>€ 0,45</i>



Aperitívy

<i>Campari</i>	<i>0,11</i>	<i>€ 3,70</i>
<i>Martini dry</i>	<i>0,11</i>	<i>€ 2,20</i>
<i>Martini bianco</i>	<i>0,11</i>	<i>€ 2,20</i>
<i>Martini rosso</i>	<i>0,11</i>	<i>€ 2,20</i>
<i>Cinzano dry</i>	<i>0,11</i>	<i>€ 2,00</i>
<i>Cinzanorosso</i>	<i>0,11</i>	<i>€ 2,00</i>
<i>Cinzano bianco</i>	<i>0,11</i>	<i>€ 2,00</i>

Biele vína

<i>Vino bielepodlaponuky</i>	<i>0,11</i>	<i>€ 0,70</i>
<i>Rizlingrýnsky - fľaša</i>	<i>0,71</i>	<i>€ 9,70</i>
<i>Chardonnay - fľaša</i>	<i>0,71</i>	<i>€ 9,70</i>
<i>Rulandské biele - fľaša</i>	<i>0,71</i>	<i>€ 9,70</i>

Červené vína

<i>Vino červené podlaponuky</i>	<i>0,11</i>	<i>€ 0,70</i>
<i>Frankovka - fľaša</i>	<i>0,71</i>	<i>€ 9,70</i>
<i>Svätovavrinecké - fľaša</i>	<i>0,71</i>	<i>€ 9,70</i>



Šumivé vína

<i>Hubert polosladké - flaša</i>	<i>0,7 l</i>	<i>€ 9,00</i>
<i>Hubert sladké - flaša</i>	<i>0,7 l</i>	<i>€ 9,00</i>
<i>Hubert Deluxe - flaša</i>	<i>0,7 l</i>	<i>€ 10,00</i>

Vodka

<i>Vodka Absolut</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 2,40</i>
<i>Vodka Absolut citrón</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 2,40</i>
<i>Vodka Finlandia</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 2,40</i>
<i>Vodka Smirnoff</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 2,70</i>
<i>Vodka Nicolaus</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 1,70</i>
<i>Vodka Omega Gold</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 1,70</i>

Brandy

<i>Karpátské brandy špeciál</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 2,70</i>
<i>Karpátské brandy</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 1,70</i>
<i>Napoleon brandy</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 1,70</i>
<i>Metaxa *****</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 3,00</i>
<i>Metaxa *****</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 2,00</i>



Whiskey

<i>Glenfiddich</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 5,00</i>
<i>Chivasregal</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 4,70</i>
<i>Johnnie Walker</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 2,70</i>
<i>Ballantines</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 2,70</i>
<i>Fourroses</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 2,70</i>
<i>Jim Beam</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 2,70</i>
<i>Jack Daniels</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 3,40</i>
<i>Jameson</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 2,70</i>
<i>Henessyv.s.</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 5,00</i>
<i>Courvoisierv.s.</i>	<i>4 cl</i>	<i>€ 5,00</i>

Nealkoholické nápoje

<i>Cocacola</i>	<i>0,25 l</i>	<i>€ 1,20</i>
<i>Cocacola light</i>	<i>0,25 l</i>	<i>€ 1,20</i>
<i>Fanta</i>	<i>0,25 l</i>	<i>€ 1,20</i>
<i>Sprite</i>	<i>0,25 l</i>	<i>€ 1,20</i>
<i>Aloe vera</i>	<i>0,33 l</i>	<i>€ 1,50</i>
<i>Bonáquasýtená</i>	<i>0,25 l</i>	<i>€ 1,10</i>
<i>Bonáquajemnesýtená</i>	<i>0,25 l</i>	<i>€ 1,10</i>
<i>Bonáquanesýtená</i>	<i>0,25 l</i>	<i>€ 1,10</i>
<i>Vineabiela</i>	<i>0,25 l</i>	<i>€ 1,30</i>

<i>Vinea červená</i>	0,25 l	€ 1,30
<i>Vinea soft</i>	0,25 l	€ 1,30
<i>Nestea broskyná</i>	0,2 l	€ 1,40
<i>Nestea citrón</i>	0,2 l	€ 1,40
<i>Nestea vitamín</i>	0,2 l	€ 1,40
<i>Cappydžús pomaranč</i>	0,2 l	€ 1,30
<i>Cappydžús grapefruit</i>	0,2 l	€ 1,30
<i>Cappydžús multivitamín</i>	0,2 l	€ 1,30
<i>Cappydžús jablko</i>	0,2 l	€ 1,30
<i>Cappydžús hruška</i>	0,2 l	€ 1,30
<i>Cappydžús marhula</i>	0,2 l	€ 1,30
<i>Cappydžús jahoda</i>	0,2 l	€ 1,30
<i>Cappydžús višňa</i>	0,2 l	€ 1,30
<i>Cappydžús čierná ríbezľa</i>	0,2 l	€ 1,30
<i>Red Bull</i>	0,25 l	€ 2,70



Teplé nápoje

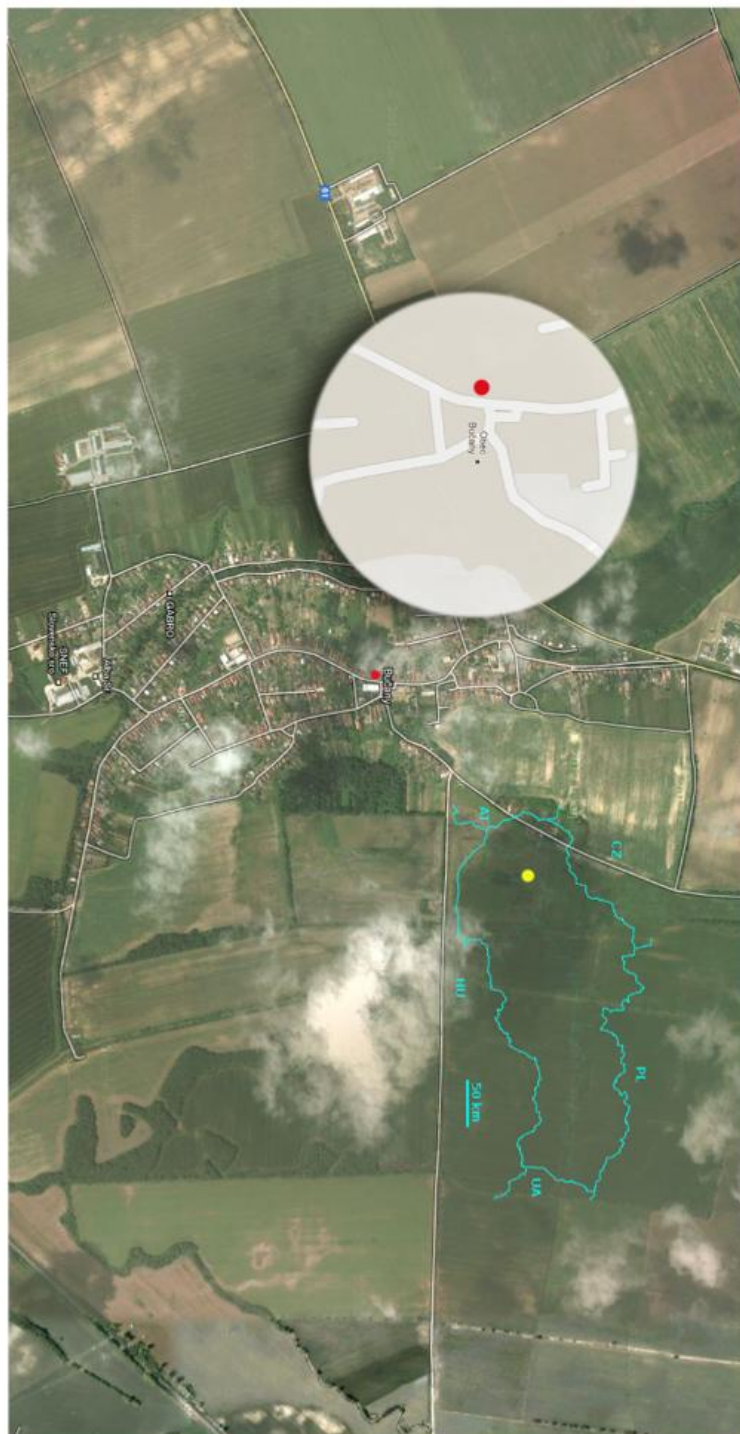
<i>Espresso piccolo</i>	<i>7 g</i>	<i>€ 1,20</i>
<i>Espresso</i>	<i>7 g</i>	<i>€ 1,20</i>
<i>Capucino</i>	<i>7 g</i>	<i>€ 1,60</i>
<i>Lattemachiato</i>	<i>7 g</i>	<i>€ 1,90</i>
<i>Viedenská káva</i>	<i>7 g</i>	<i>€ 1,70</i>
<i>Ladová káva</i>	<i>2 del</i>	<i>€ 1,70</i>
<i>Ladová káva so zmrzlinou</i>	<i>2 del</i>	<i>€ 2,00</i>
<i>Mliečny koktail</i>	<i>2 del</i>	<i>€ 1,50</i>
<i>Horúca čokoláda</i>	<i>2 del</i>	<i>€ 1,50</i>
<i>Čaj</i>	<i>2 del</i>	<i>€ 1,10</i>
<i>Med</i>	<i>1 ks</i>	<i>€ 0,40</i>
<i>Mlieko</i>	<i>1,5 cl</i>	<i>€ 0,20</i>
<i>Šlaháčka</i>	<i>1 porc.</i>	<i>€ 0,40</i>

Pivo

<i>Corgon 12 fl.</i>	<i>0,5 l</i>	<i>€ 1,00</i>
<i>Plzen 12 fl.</i>	<i>0,5 l</i>	<i>€ 1,70</i>
<i>Krušovice tmavé 12 fl.</i>	<i>0,5 l</i>	<i>€ 1,30</i>
<i>Birell - nealko fl.</i>	<i>0,5 l</i>	<i>€ 1,30</i>



PRÍLOHA P VI: UMIESTENIE PODNIKU NA MAPE



PRÍLOHA P VII: VZOR DOTAZNÍKA

Vážení zákazníci,

dovoľujeme si Vás týmto požiadať o vyplnenie dotazníka, ktorý sa Vám práve dostal do rúk. Tento dotazník je veľmi dôležitou súčasťou fungovania našej reštaurácie. Pre dosiahnutie Vašej maximálnej spokojnosti potrebujeme poznať Váš skutočný názor na služby, ktoré poskytujeme. Jediné týmto spôsobom budeme v budúcnosti schopní neustáleho zlepšovania kvality poskytovaných služieb. Vyhovujúce odpovede, prosím, zakrúžkujte.

Dátum zostavenia: 1. máj 2012

1. Vaše pohlavie:
 - Muž
 - Žena
2. Do ktorej vekovej kategórie patríte?
 - Do 18 rokov
 - 18 – 30 rokov
 - 31 – 50 rokov
 - 50 a viac rokov
3. Ako často navštevujete gastronomické podniky?
 - Viac ako 10krát mesačne
 - 5 – 10krát mesačne
 - Menej ako 5krát mesačne
 - Len príležitostne
4. Aký typ gastronomického podniku navštevujete najčastejšie?
 - Bar
 - Reštaurácia
 - Kaviareň
 - Rýchle občerstvenie
5. Aký typ gastronomického podniku by ste uvítali vo svojom okolí?
 - Bar
 - Reštaurácia
 - Kaviareň
 - Rýchle občerstvenie
 - Cukráreň
6. Aký typ jedál uprednostňujete?
 - Slovenské jedlá
 - Ázijské jedlá
 - Fast Food
 - Mexické jedlá
 - Grilované jedlá

- Poľovnícka kuchyňa
 - Iné
7. Aké nápoje uprednostňujete?
- Teplé nápoje
 - Alkoholické nápoje
 - Nealkoholické nápoje
 - Miešané nápoje
8. Aké prostredie uprednostňujete v gastronomických podnikoch?
- Teplé, domáce prostredie
 - Neutrálne
 - Moderné prostredie
9. Aké prostredie by ste zvolili pre využitie terasy?
- Absolútne súkromie
 - Súkromie, no zároveň možnosť výhľadu
 - Rušné prostredie
10. Aké z menovaných aktivít by ste uprednostnili pre Vaše deti?
- Jazda na koni
 - Šport
 - Detské ihrisko
 - Hladenie poníka
 - Sledovanie televízie
 - Kreslenie

Za vyplnenie tohto dotazníka Vám srdečne ďakujeme a dúfame, že poslúži k zvýšeniu kvality gastronomických podnikov v našom okolí. Zároveň Vás žiadame, aby ste tento dotazník doručili priamo na adresu nášho podniku. Prejavom našej vďačnosti bude dezert zdarma.

Bc. Ján Koščo

PRÍLOHA P VIII: VZOR ANKETY

Anketa

Vážení zákazníci,

pre dosiahnutie Vašej maximálnej spokojnosti musíme poznať Váš skutočný názor na služby, ktoré poskytujeme a Vaše návrhy na možné vylepšenia. Preto Vás žiadame o vyplnenie tejto ankety, s ktorej elektronickou verziou sa stretnete na našej internetovej adrese www.gazdovsky-dvor.sk. Vyhovujúcu odpoveď, prosím, zakrúžkujte. Za vyplnenie vopred ďakujeme.

1. Aká je Vaša celková spokojnosť s reštauráciou Gazdovský dvor?
 - Absolútna spokojnosť
 - Veľká spokojnosť
 - Priemerná spokojnosť
 - Nespokojnosť
2. Aká je Vaša spokojnosť s ponúkaným sortimentom?
 - Absolútna spokojnosť
 - Veľká spokojnosť
 - Priemerná spokojnosť
 - Nespokojnosť
3. Aká je Vaša spokojnosť s kvalitou jedál ponúkaných v reštaurácii?
 - Absolútna spokojnosť
 - Veľká spokojnosť
 - Priemerná spokojnosť
 - Nespokojnosť
4. Aká je Vaša spokojnosť s kvalitou nápojov ponúkaných v reštaurácii?
 - Absolútna spokojnosť
 - Veľká spokojnosť
 - Priemerná spokojnosť
 - Nespokojnosť
5. Ako hodnotíte cenovú úroveň ponúkaného sortimentu?
 - Vysoké ceny
 - Primerané ceny
 - Nízke ceny
 - Výborné ceny
6. Ako hodnotíte personál reštaurácie?
 - Vynikajúci
 - Veľmi dobrý
 - Priemerný
 - Podpriemerný

- Nevyhovujúci
7. Ako hodnotíte interiér reštaurácie Gazdovský dvor?
- Veľmi príjemný
 - Príjemný
 - Priemerný
 - Nevyhovujúci

8. Aké nové produkty by ste v reštaurácii uvítali?

.....

.....

.....

.....

9. Vaše pripomienky:

.....

.....

.....

.....

.....

PRÍLOHA P IX: KALKULÁCIE

Palacinky s čokoládovým krémom

Hmotnosť výrobku: 50g

Kalkulácia na 10 porcií

Množstvo		Surovina	Cena za MJ	Cena za množstvo
ks	g	l		
20		palacinky	0,10 €	2,00 €
	50	práškový cukor	1,00 €	0,05 €
2		vaje	0,00 €	0,20 €
	0,3	mlieko	1,00 €	0,30 €
	40	kakao	13,00 €	0,52 €
Surovinové náklady na 10 osôb				3,07 €
Surovinové náklady na 1 osobu				0,31 €
Prirážka				1,18 €
Predajná cena na 1 porciu				1,49 €

Plnené prírodné rezne

Hmotnosť výrobku: 166g

Kalkulácia na 10 porcií

Množstvo		Surovina	Cena za MJ	Cena za množstvo
ks	g	l		
	1000	bravčové stehno	6,00 €	6,00 €
	400	ementál	8,00 €	3,16 €
	200	šunka	6,00 €	1,20 €
	3	mletá červená paprika	10,00 €	0,03 €
	6	mleté čierne korenie	16,00 €	0,10 €
	10	soľ	0,39 €	0,01 €
	40	masť	7,50 €	0,30 €
Surovinové náklady na 10 osôb				10,79 €
Surovinové náklady na 1 osobu				1,08 €
Prirážka				0,91 €
Predajná cena na 1 porciu				1,99 €

PRÍLOHA P X: CENOVÝ VÝMER

Názov tovaru/výrobku/služby	MJ	Predajná cena
Espresso piccolo	7 g	€ 1,20
Espresso	7 g	€ 1,20
Capucicino	7 g	€ 1,60
Latte machiato	7 g	€ 1,90
Vied'enská káva	7 g	€ 1,70
Ľadová káva	2 dcl	€ 1,70
Ľadová káva so zmrzlinou	2 dcl	€ 2,00
Mliečny koktail	2 dcl	€ 1,50
Horúca čokoláda	2 dcl	€ 1,50
čaj	2 dcl	€ 1,10
Med	1 ks	€ 0,40
Mlieko	1,5 cl	€ 0,20
Šľahačka	1 porc.	€ 0,40
Coca cola	0,25 l	€ 1,20
Coca cola light	0,25 l	€ 1,20
Fanta	0,25 l	€ 1,20
Sprite	0,25 l	€ 1,20
Aloe vera	0,33 l	€ 1,50
Bonaqua sýtená	0,25 l	€ 1,10
Bonaqua jemne sýtená	0,25 l	€ 1,10
Bonaqua nesýtená	0,25 l	€ 1,10
Vinea biela	0,25 l	€ 1,30
Vinea červená	0,25 l	€ 1,30
Vinea soft	0,25 l	€ 1,30
Nestea broskyňa	0,2 l	€ 1,40
Nestea citrón	0,2 l	€ 1,40
Nestea vitao	0,2 l	€ 1,40
Cappy džús pomaranč	0,2 l	€ 1,30
Cappy džús grapefruit	0,2 l	€ 1,30
Cappy džús multivitamín	0,2 l	€ 1,30
Cappy džúsjablko	0,2 l	€ 1,30
Cappy džús hruška	0,2 l	€ 1,30
Cappy džús marhuľa	0,2 l	€ 1,30
Cappy džús jahoda	0,2 l	€ 1,30
Cappy džús višňa	0,2 l	€ 1,30
Cappy džús čierna ríbezľa	0,2 l	€ 1,30
Red Bull	0,25 l	€ 2,70
Forgoň 12 fl.	0,5 l	€ 1,00
Plzeň 12 fl.	0,5 l	€ 1,70
Krušovice tmavé 12 fl.	0,5 l	€ 1,30
Birell - nealko fl.	0,5 l	€ 1,30

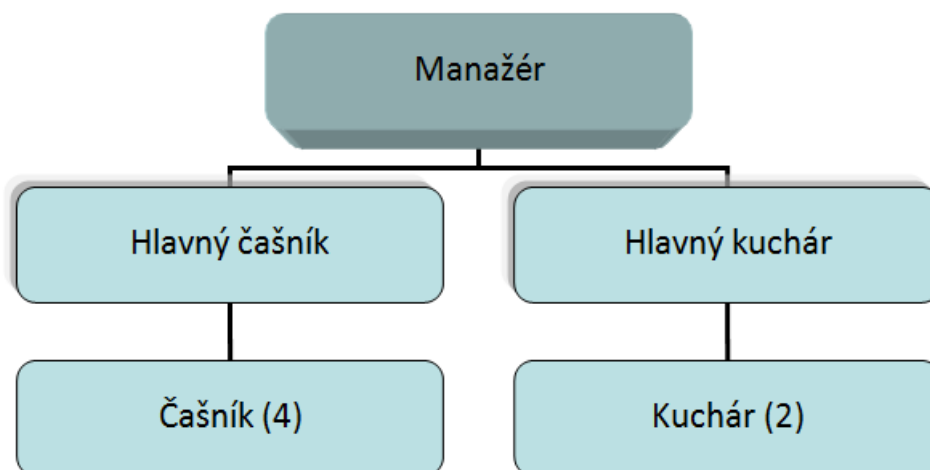
Víno biele podľa ponuky	0,1 l	€ 0,70
Rizling rýnsky - fľaša	0,7 l	€ 9,70
Chardonnay - fľaša	0,7 l	€ 9,70
Rulandské biele - fľaša	0,7 l	€ 9,70
Víno červené podľa ponuky	0,1 l	€ 0,70
Frankovka - fľaša	0,7 l	€ 9,70
Svätovavrinecké - fľaša	0,7 l	€ 9,70
Campari	0,1 l	€ 3,70
Martini dry	0,1 l	€ 2,20
Martini bianco	0,1 l	€ 2,20
Martini rosso		€ 2,20
Cinzano dry	0,1 l	€ 2,00
Cinzano rosso	0,1 l	€ 2,00
Cinzano bianco	0,1 l	€ 2,00
Hubert polosladké - fľaša	0,7 l	€ 9,00
Hubert sladké - fľaša	0,7 l	€ 9,00
Hubert Deluxe - fľaša	0,7 l	€ 10,00
Glenfiddich	4 cl	€ 5,00
Chivas regal	4 cl	€ 4,70
Johnie Walker	4 cl	€ 2,70
Ballanties	4 cl	€ 2,70
Four roses	4 cl	€ 2,70
Jim Beam	4 cl	€ 2,70
Jack Daniels	4 cl	€ 3,40
Jameson	4 cl	€ 2,70
Henessy v.s.	4 cl	€ 5,00
Courvoisier v.s.	4 cl	€ 5,00
Karpatské brandy špeciál	4 cl	€ 2,70
Karpatské brandy	4 cl	€ 1,70
Napoleon brandy	4 cl	€ 1,70
Metaxa*****	4 cl	€ 3,00
Metaxa*****	4 cl	€ 2,00
Vodka Absolut	4 cl	€ 2,40
Vodka Absolut citrón	4 cl	€ 2,40
Vodka Finlandia	4 cl	€ 2,40
Vodka Smirnoff	4 cl	€ 2,70
Vodka Nicolaus	4 cl	€ 1,70
Vodka Olmega Gold	4 cl	€ 1,70
Tequila Olmega Gold	4 cl	€ 3,00
Tequila Olmega Silver	4 cl	€ 2,70
Borovička spišská	4 cl	€ 1,70
Slivovica bošácka	4 cl	€ 2,40
Slivovica Jelínek	4 cl	€ 3,00
Hruškovica	4 cl	€ 2,00

Čerešňovica	4 cl	€ 2,00
Gin Beefeater	4 cl	€ 2,70
Gin Nicolaus	4 cl	€ 1,70
Rum Bacardi	4 cl	€ 2,40
Rum Tuzemský	4 cl	€ 1,70
Fernet Strock	4 cl	€ 1,70
Fernet Stock citrus	4 cl	€ 1,70
Fernet karpatský	4 cl	€ 1,70
Jägermeister	4 cl	€ 2,70
Becherovka	4 cl	€ 2,00
Demänovka	4 cl	€ 1,70
Malibu	4 cl	€ 2,40
Bailey's	4 cl	€ 2,40
Vaječný likér	4 cl	€ 1,70
Čokoládový likér	4 cl	€ 1,70
Bylinková nátierka	94,5 g	€ 0,89
Mäsová nátierka	99 g	€ 0,99
Zeleninové toasty	165 g	€ 1,39
Zeleninové lievance	102 g	€ 0,75
Šunka zapečená v lístkovom ceste	121 g	€ 1,49
Zeleninový vývar s cetovinou	0,33 l	€ 0,59
Hovädzí vývar s rezancami	0,33 l	€ 0,69
Cibuľová polievka	0,33 l	€ 0,49
Plórová s krúpkami	0,33 l	€ 0,79
Chlebová polievka	0,45 l	€ 0,59
Kapustová polievka so šošovicou a gubami	0,59 l	€ 0,59
Segedínsky guláš	170 g	€ 1,99
Zbojnícka ihla	135 g	€ 3,19
Biftek s vajcami	95 g	€ 2,19
Mäso po provensálsky	183 g	€ 1,99
Plnené prírodné rezne	166 g	€ 1,99
Sedliacka svitočná pochúťka	142 g	€ 1,99
Bravčové mäsko	123 g	€ 1,99
Labužnícke bravčové rebierko	190 g	€ 2,99
Morčacie závitky	219 g	€ 1,35
Morčacie stehná na smotane	187 g	€ 2,69
Kuracie zapekané na ryži a zelenine	375 g	€ 2,29
Kurča na víne	119 g	€ 1,59
Pečené kurča	116 g	€ 1,39
Kurča na spôsob bažanta	176 g	€ 2,19
Pečená hus s červenou kapustou	248 g	€ 2,39
Kačacie prsia s kari korením	187 g	€ 2,89
Pečená kačica na ovocí	229 g	€ 3,79
Pstruh na masle	135 g	€ 2,59

Losos v citrónovej omáčke	209 g	€ 2,79
Kapor na cigánsky spôsob	219 g	€ 2,89
Záhradkárske plnené papriky	145 g	€ 1,20
Zapekaná zelená fazuľka	159 g	€ 1,39
Kel zapečený so smotanou	208 g	€ 1,69
Vyprážený zeler	101 g	€ 0,89
Vyprážený syr	106 g	€ 1,69
Rezance s makom	146 g	€ 1,29
Parené buchty	109 g	€ 1,49
Varené zemiaky	130 g	€ 1,39
Opekané zemiaky	138 g	€ 1,23
Zemiakové krokety	152 g	€ 0,79
Zemiakové hranolky	152 g	€ 0,69
Zemiakové placky	150 g	€ 1,00
Zemiaková knedľa	120 g	€ 0,99
Lokša	100 g	€ 0,69
Bageta	100 g	€ 0,29
Chlieb	120 g	€ 0,35
Chren	30 g	€ 0,49
Horčica	30 g	€ 0,29
Kečup	30 g	€ 0,29
Tatárska omáčka	30 g	€ 0,69
Zeleninový šalát miešaný	155 g	€ 0,59
Kapustový šalát	179 g	€ 0,59
Šalát z červenej kapusty	130 g	€ 0,39
Kyslá kapusta	150 g	€ 0,79
Ovocný šalát	121 g	€ 0,45
Palacinky s čokoládovým krémom	50 g	€ 1,49
Ovocie v tvarohovom kréme	105 g	€ 1,39
Banánový pohár	153 g	€ 1,49
Jahodový pohár so zmrzlinou	159 g	€ 1,49
Mrazený jahodový krém	96 g	€ 1,09
Flambovaná zmrzlina s ovocím	130 g	€ 1,29
Čokoládový ježko	95 g	€ 1,39
Grilované kurča	132 g	€ 1,99
Kurča so zemiakmi v alobale	148 g	€ 1,89
Bravčový ražník	134 g	€ 1,99
Grilovaná klobáska	130 g	€ 1,79
Pstruh so zemiakmi v alobale	148 g	€ 2,19
Grilované zemiaky	105 g	€ 0,89
Grilovaná zelenina	79 g	€ 0,89
Grilované jabĺčko	105 g	€ 0,89
Bažant plnený jablkami	200 g	€ 2,59
Zajac na smotane	185 g	€ 2,55

Srnčie medajlóniky	102 g	€ 3,49
Dusené srnčie rezne s cibuľou	110 g	€ 2,79
Daniel na pive	155 g	€ 2,89

PRÍLOHA P XI: ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA



PRÍLOHA P XII: VZOR OTVÁRACÍCH HODÍN



Restaurácia

Gazdovský Dvor

OTVÁRACIE HODINY

	REŠTAURÁCIA	KAVIAREŇ
PONDELOK	11:00 – 22:00	09:00 – 22:00
UTOROK	11:00 – 22:00	09:00 – 22:00
STREDA	11:00 – 22:00	09:00 – 22:00
ŠTVRTOK	11:00 – 22:00	09:00 – 22:00
PIATOK	11:00 – 00:00	09:00 – 00:00
SOBOTA	11:00 – 00:00	11:00 – 00:00
NEDEĽA	11:00 – 22:00	11:00 – 22:00

Rezervácie na tel. čísle: 0609 777 555

PRÍLOHA P XIII: PLÁN PREDAJA VÝROBKOV

Výrobky	N/1 ks	PC/1 ks	1. mesiac	2. mesiac	3. mesiac	I. Kvar-tál	II. Kvar-tál	III. Kvar-tál	IV. Kvar-tál	Predaj spolu	Spotreba 501/001	Tržby 601
Bylinková nátierka	0,37	0,89	40	35	27	102	99	81	106	388	143,56 €	345,32 €
Mäsová nátierka	0,23	0,99	35	32	39	106	100	84	91	381	87,63 €	377,19 €
Zeleninové toasty	0,58	0,99	27	25	39	91	71	93	82	337	195,46 €	333,63 €
Zeleninové lievance	0,17	0,75	29	38	31	98	75	78	84	335	56,95 €	251,25 €
Šunka zapečená v lístkovom ceste	0,48	1,49	50	59	75	184	245	192	228	849	407,52 €	1 265,01 €
Zeleninový vývar s cetovinou	0,09	0,59	51	60	59	170	167	185	159	681	61,29 €	401,79 €
Hovädzí vývar s rezancami	0,21	0,69	73	42	84	199	155	241	184	779	163,59 €	537,51 €
Cibuľová polievka	0,07	0,49	31	44	27	102	91	82	67	342	23,94 €	167,58 €
Pórková s krúpkami	0,54	0,79	29	31	54	114	109	90	87	400	216,00 €	316,00 €
Chlebová polievka	0,11	0,59	41	49	47	137	118	111	120	486	53,46 €	286,74 €
Kapustová polievka so šošovicou a hubami	0,23	0,59	33	55	39	127	103	111	99	440	101,20 €	259,60 €
Segedínsky guláš	1	1,99	74	92	80	246	131	112	191	680	680,00 €	1 353,20 €
Zbojnícka ihla	2,11	3,19	64	68	75	207	194	191	228	820	1 730,20 €	2 615,80 €
Bifteč s vajcami	1,91	2,19	33	38	57	128	89	102	91	410	783,10 €	897,90 €
Mäso po provensálsky	0,88	1,99	46	43	39	128	134	114	121	497	437,36 €	989,03 €
Plnené prírodné rezne	1,08	1,99	59	61	47	167	149	134	161	611	659,88 €	1 215,89 €
Sedliacka sviatočná pochúťka	0,87	1,99	56	41	62	159	133	105	159	556	483,72 €	1 106,44 €
Bravčové mäsko	0,39	1,99	53	46	37	136	97	99	121	453	176,67 €	901,47 €

Labužnícke bravčové rebierko	0,65	2,99	42	52	49	143	155	114	130	542	352,30 €	1 620,58 €
Morčacie závitky	1,45	1,55	26	23	24	73	56	51	62	242	350,90 €	375,10 €
Morčacie stehná na smotane	1,31	2,69	27	31	19	77	69	71	65	282	369,42 €	758,58 €
Kuracie zapekané na ryži a zelenine	0,54	2,29	58	51	46	155	141	109	151	556	300,24 €	1 273,24 €
Kurča na víne	0,23	1,59	34	32	39	105	99	82	91	377	86,71 €	599,43 €
Pečené kurča	0,22	1,39	70	61	63	194	190	158	176	718	157,96 €	998,02 €
Kurča na spôsob bažanta	0,36	2,19	35	49	61	145	104	125	114	488	175,68 €	1 068,72 €
Pečená hus s červenou kapustou	0,54	2,39	47	36	43	126	123	111	118	478	258,12 €	1 142,42 €
Kačacie prsia s kari korením	1,67	2,89	41	48	52	141	121	132	169	563	940,21 €	1 627,07 €
Pečená kačica na ovocí	1,87	3,79	43	47	56	146	126	112	108	492	920,04 €	1 864,68 €
Pstruh na masle	0,75	2,59	26	32	34	92	94	86	99	371	278,25 €	960,89 €
Losos v citrónovej omáčke	1	2,79	33	47	35	115	81	78	86	360	360,00 €	1 004,40 €
Kapor na cigánsky spôsob	1,37	2,89	25	23	27	75	82	77	76	310	424,70 €	895,90 €
Záhradkárske plnené papriky	0,3	1,2	47	50	48	145	153	148	151	597	179,10 €	716,40 €
Zapekaná zelená fazuľka	0,51	1,39	14	17	20	51	61	42	57	211	107,61 €	293,29 €
Kel zapečený so smotanou	0,88	1,69	21	40	33	94	75	69	78	316	278,08 €	534,04 €
Vyprážený zeler	0,08	0,89	24	27	25	76	78	71	76	301	24,08 €	267,89 €
Vyprážený syr	0,69	1,69	163	175	158	496	551	496	523	2066	1 425,54 €	3 491,54 €
Rezance s makom	0,27	1,29	91	117	84	292	171	192	233	888	239,76 €	1 145,52 €
Parené buchty	0,48	1,49	86	97	74	257	232	311	167	967	464,16 €	1 440,83 €
Varené zemiaky	0,88	1,39	206	195	222	623	601	574	724	2522	2 219,36 €	3 505,58 €
Opekané zemiaky	0,97	1,23	136	172	144	452	176	401	489	1518	1 472,46 €	1 867,14 €
Zemiakové krokety	0,48	0,79	113	127	109	349	309	363	398	1419	681,12 €	1 121,01 €
Zemiakové hranolky	0,23	0,69	201	195	224	620	584	503	606	2313	531,99 €	1 595,97 €
Zeleninový šalát miešaný	0,19	0,59	26	28	14	68	65	50	72	255	48,45 €	150,45 €
Kapustový šalát	0,17	0,59	20	21	24	65	53	41	49	208	35,36 €	122,72 €

Šalát z červenej kapusty	0,08	0,39	15	18	15	48	38	26	49	161	12,88 €	62,79 €
Ovocný šalát	0,14	0,45	14	20	16	50	24	13	39	126	17,64 €	56,70 €
Palacinky s čokoládovým krémom	0,28	1,49	56	53	61	170	171	129	145	615	172,20 €	916,35 €
Ovocie v tvarohovom kréme	0,33	1,39	37	58	43	138	151	111	145	545	179,85 €	757,55 €
Banánový pohár	0,22	1,49	109	87	123	319	401	221	367	1308	287,76 €	1 948,92 €
Jahodový pohár so zmrzlinou	0,27	1,49	122	131	96	349	441	365	503	1658	447,66 €	2 470,42 €
Mrazený jahodový krém	0,27	1,49	80	71	76	227	182	160	171	740	199,80 €	1 102,60 €
Flambovaná zmrzlina s ovocím	0,24	1,29	95	71	43	209	173	115	142	639	153,36 €	824,31 €
Čokoládový ježko	0,33	1,39	33	25	31	89	121	135	122	467	154,11 €	649,13 €
Grilované kurča	0,42	1,99	102	88	91	281	0	0	299	580	243,60 €	1 154,20 €
Kurča so zemiakmi v alobale	0,47	1,89	104	83	61	248	0	0	278	526	247,22 €	994,14 €
Bravčový ražník	0,62	1,99	84	77	91	252	0	0	264	516	319,92 €	1 026,84 €
Grilovaná klobáska	0,84	1,79	89	90	73	252	0	0	219	471	395,64 €	843,09 €
Pstruh so zemiakmi v alobale	0,9	2,19	69	71	94	234	0	0	278	512	460,80 €	1 121,28 €
Grilovaná zelenina	0,11	0,89	108	119	124	351	0	0	445	796	87,56 €	708,44 €
Grilované zemiaky	0,61	0,89	255	174	191	620	0	0	603	1223	746,03 €	1 088,47 €
Grilované jablčko	0,46	0,89	75	78	97	250	0	0	192	442	203,32 €	393,38 €
Bažant plnený jablkami	1,04	2,59	0	0	0	0	189	267	0	456	474,24 €	1 181,04 €
Zajac na smotane	0,61	2,55	0	0	0	0	235	227	0	462	281,82 €	1 178,10 €
Srnčie medajlóniky	2,52	3,49	0	0	0	0	258	224	0	482	1 214,64 €	1 682,18 €
Dusené srnčie rezne s cibuľou	1,71	2,79	0	0	0	0	286	264	0	550	940,50 €	1 534,50 €
Daniel na pive	1,06	2,89	0	0	0	0	319	221	0	540	572,40 €	1 560,60 €
Espresso piccolo	0,2	1,2	57	70	58	185	224	189	219	817	163,40 €	980,40 €
Espresso	0,2	1,2	192	185	163	540	559	474	571	2144	428,80 €	2 572,80 €
Capucicino	0,18	1,6	77	68	71	216	171	152	160	699	125,82 €	1 118,40 €
Latte machiato	0,3	1,9	32	48	36	116	91	117	92	416	124,80 €	790,40 €

Vied'enská káva	0,48	1,7	56	48	51	155	205	149	157	666	319,68 €	1 132,20 €
Ľadová káva	0,48	1,7	100	95	98	293	45	38	429	805	386,40 €	1 368,50 €
Ľadová káva so zmrzlinou	0,48	2	213	162	118	493	68	39	627	1227	588,96 €	2 454,00 €
Mliečny koktail banán	0,1	1,5	14	17	13	44	41	39	50	174	17,40 €	261,00 €
Mliečny koktail čokoláda	0,38	1,5	12	14	11	37	45	33	44	159	60,42 €	238,50 €
Mliečny koktail jahoda	0,13	1,5	17	15	21	53	34	45	38	170	22,10 €	255,00 €
Mliečny koktail vanilka	0,38	1,5	12	13	14	39	43	38	32	152	57,76 €	228,00 €
Horúca čokoláda	0,58	1,5	46	34	61	141	268	403	121	933	541,14 €	1 399,50 €
Celkom											29 792,76 €	80 116,49 €

PRÍLOHA P XIV: ZOZNAM SPOTREBNÉHO MATERIÁLU

Stredisko: Gazdovský dvor

Názov	Počet (ks)	Suma / MJ	Suma spolu
Vstupná časť			
Koberec	1	€ 15,00	€ 15,00
Kvetináč	2	€ 2,00	€ 4,00
Nádoba dáždniky	2	€ 1,50	€ 3,00
SPOLU			€ 22,00
Kancelária			
Pracovný stôl	1	€ 100,00	€ 100,00
Pohovka malá	1	€ 40,00	€ 40,00
Kreslo	1	€ 20,00	€ 20,00
Skriňa	1	€ 20,00	€ 2,00
Kôš	1	€ 2,00	€ 100,00
Kancelárske potreby			
Multifunkčné zariadenie	1	€ 99,00	€ 99,00
Vešiak	1	€ 4,00	€ 4,00
SPOLU			€ 365,00
Zázemie pre zamestnancov			
Skriňa	9	€ 25,00	€ 225,00
Pohovka malá	1	€ 40,00	€ 40,00
Kreslo	1	€ 20,00	€ 20,00
Kvetináč	1	€ 2,00	€ 2,00
Sprchový kút	1	€ 150,00	€ 150,00
Záchodová misa	1	€ 35,00	€ 35,00
Záchodová kefa	1	€ 3,00	€ 3,00
Umývadlo	2	€ 60,00	€ 120,00
Zrkadlo malé	2	€ 15,00	€ 30,00
Zásobník na papierové utierky	2	€ 7,00	€ 14,00
Mydlo			€ 10,00
Držiak na toaletný papier	1	€ 2,00	€ 2,00
Toaletný papier			€ 5,00
Protišmyková podložka	1	€ 8,00	€ 8,00
SPOLU			€ 664,00
WC			
Záchodová kefa	5	€ 3,00	€ 15,00
Držiak na toaletný papier	5	€ 2,00	€ 10,00
Toaletný papier	1000	€ 0,15	€ 150,00
Mydlo			€ 50,00
Zrkadlo	2	€ 40,00	€ 80,00

Zásobník na papierové utierky	4	€ 7,00	€ 28,00
Kôš	5	€ 5,00	€ 25,00
Kvetináč	3	€ 2,00	€ 6,00
SPOLU			€ 364,00
Prebaľovací kútik			
Prebaľovací pult	1	€ 35,00	€ 35,00
Kreslo	1	€ 35,00	€ 35,00
Svietidlá	1	€ 5,00	€ 5,00
SPOLU			€ 75,00
Odbytová časť			
Pohovka malá	7	€ 40,00	€ 280,00
Pohovka veľká	3	€ 70,00	€ 210,00
Kreslo	7	€ 35,00	€ 245,00
Stolička barová	5	€ 25,00	€ 125,00
Stolička detská	3	€ 7,00	€ 21,00
Detský kútik	1	€ 55,00	€ 55,00
Kvetináč	9	€ 2,00	€ 18,00
Vešiak	4	€ 4,00	€ 16,00
Doplňky			€ 100,00
Terasa	1	€ 300,00	€ 300,00
Svietidlá závesné	10	€ 10,00	€ 100,00
Svietidlá vonkajšie	4	€ 15,00	€ 60,00
SPOLU			€ 1 530,00
Bar			
Barový pult	1	€ 2 000,00	€ 2 000,00
Príručná chladnička	2	€ 200,00	€ 400,00
Kávovar	1	€ 250,00	€ 250,00
Robot	1	€ 60,00	€ 60,00
Police	4	€ 33,00	€ 132,00
Barové pomôcky a inventár			€ 150,00
SPOLU			€ 2 992,00
Kuchyňa			
Konvektomat	1	€ 500,00	€ 500,00
Elektrická rúra	2	€ 150,00	€ 300,00
Kuchynský robot	1	€ 100,00	€ 100,00
Svietidlá	3	€ 5,00	€ 15,00
SPOLU			€ 915,00
Sklady			
Drvička na ľad	1	€ 130,00	€ 130,00

Mraznička	2	€ 180,00	€ 360,00
Chladnička	3	€ 200,00	€ 600,00
SPOLU			€ 1 090,00
Porcelán			
Šálka	120	€ 1,20	€ 144,00
Podšálka	120	€ 0,50	€ 60,00
Bujónová šálka + podšálka	50	€ 1,10	€ 55,00
Tanier klubový	90	€ 1,10	€ 99,00
Tanier plytký	50	€ 0,95	€ 47,50
Tanier hlboký	20	€ 0,95	€ 19,00
Tanier dezertný	40	€ 0,95	€ 38,00
Tanier atypický	25	€ 1,50	€ 37,50
Miska	20	€ 1,10	€ 22,00
SPOLU			€ 522,00
Príbor			
Nôž	90	€ 0,80	€ 72,00
Vidlička	90	€ 0,80	€ 72,00
Lyžica	90	€ 0,80	€ 72,00
Vidlička dezertná	90	€ 0,80	€ 72,00
Nôž dezertný	50	€ 0,80	€ 40,00
Lyžička zmrzlinová	40	€ 0,50	€ 20,00
Lyžička čajová	70	€ 0,50	€ 35,00
SPOLU			€ 383,00
Poháre			
Pohár na aperitív	30	€ 1,60	€ 48,00
Pohár na biele víno	30	€ 0,80	€ 24,00
Pohár na červené víno	30	€ 0,80	€ 24,00
Pohár na šumivé víno	30	€ 0,80	€ 24,00
Pohár na liehoviny	100	€ 0,80	€ 80,00
Pohár na nealko	100	€ 0,75	€ 75,00
Pohár na pivo	30	€ 0,75	€ 22,50
Pohár na viedenskú kávu	30	€ 1,10	€ 33,00
Pohár na zmrzlinu	30	€ 1,20	€ 36,00
SPOLU			€ 366,50
Kuchyňský inventár			
Hrniec	10	€ 33,00	€ 330,00
Varecha	10	€ 1,20	€ 12,00
Naberačka	3	€ 2,00	€ 6,00
Drobný stolový inventár			€ 100,00
Panvica	3	€ 40,00	€ 120,00

Miska	25	€ 1,10	€ 27,50
Ostatný inventár			€ 50,00
SPOLU			€ 645,50
Bielizeň			
Záclony	16	€ 5,50	€ 88,00
Utierky	50	€ 0,50	€ 25,00
Stolové prádlo	25	€ 2,50	€ 62,50
SPOLU			€ 175,50
Ostatný materiál			
Hasiaci prístroj	2	€ 45,00	€ 90,00
Čistiace prostriedky			€ 350,00
Pokladnica	1	€ 150,00	€ 150,00
SPOLU			€ 590,00
SUMA CELKOM			10 699,50

PRÍLOHA P XV: PLÁN PREDAJA TOVAROV

Výrobky	N/1 ks	PC/1 ks	1. mesi- ac	2. mesi- ac	3. mesi- ac	I. Kvartál	II. Kvartál	III. Kvartál	IV. Kvartál	Predaj spolu	Spotreba 504	Tržby 604
Kyslá kapusta	0,24 €	0,79 €	100	87	104	291	305	249	328	1173	281,52 €	926,67 €
Zemiakové placky	0,29 €	1,00 €	87	100	93	280	248	199	233	960	278,40 €	960,00 €
Zemiaková knedľa	0,30 €	0,99 €	104	119	131	354	348	300	399	1401	420,30 €	1 386,99 €
Lokša	0,20 €	0,69 €	190	203	178	571	608	523	613	2315	463,00 €	1 597,35 €
Bageta	0,09 €	0,29 €	36	24	20	80	103	61	72	316	28,44 €	91,64 €
Chlieb	0,10 €	0,35 €	98	142	121	361	367	295	381	1404	140,40 €	491,40 €
Chren	0,09 €	0,49 €	22	13	28	63	78	69	53	263	23,67 €	128,87 €
Horčica	0,05 €	0,29 €	19	32	24	75	103	81	99	358	17,90 €	103,82 €
Kečup	0,03 €	0,29 €	213	192	204	609	642	571	637	2459	73,77 €	713,11 €
Tatárska omáčka	0,25 €	0,69 €	32	33	47	112	62	57	135	366	91,50 €	252,54 €
Med	0,10 €	0,40 €	4	7	2	13	19	28	8	68	6,80 €	27,20 €
Mlieko	0,05 €	0,20 €	342	413	328	1083	1114	951	1161	4309	215,45 €	861,80 €
Šľahačka	0,10 €	0,40 €	22	36	41	99	74	62	69	304	30,40 €	121,60 €
Coca cola	0,40 €	1,20 €	148	112	134	394	381	874	402	2051	820,40 €	2 461,20 €
Coca cola light	0,40 €	1,20 €	34	22	15	71	43	87	17	218	87,20 €	261,60 €
Fanta	0,40 €	1,20 €	71	61	46	178	209	501	199	1087	434,80 €	1 304,40 €
Sprite	0,40 €	1,20 €	82	101	93	276	251	419	302	1248	499,20 €	1 497,60 €
Aloe vera	0,50 €	1,50 €	14	7	20	41	55	72	38	206	103,00 €	309,00 €
Bonaqua (sýtená, jemne sýtená, nesýtená)	0,35 €	1,10 €	209	232	251	692	708	1395	719	3514	1 229,90 €	3 865,40 €
Vinea (biela, červená, soft)	0,35 €	1,30 €	67	55	41	163	157	201	143	664	232,40 €	863,20 €
Nestea (broskyňa, citrón, vitao)	0,45 €	1,40 €	105	108	119	332	374	458	358	1522	684,90 €	2 130,80 €

Cappy (rôzne druhy)	0,35 €	1,30 €	303	272	301	876	903	1993	841	4613	1 614,55 €	5 996,90 €
Red Bull	0,85 €	2,70 €	13	51	21	85	12	87	71	255	216,75 €	688,50 €
Corgoň 12 fl.	0,30 €	1,00 €	72	51	89	212	247	304	251	1014	304,20 €	1 014,00 €
Plzeň 12 fl.	0,45 €	1,70 €	44	51	39	134	97	162	102	495	222,75 €	841,50 €
Krušovice tmavé 12 fl.	0,35 €	1,30 €	62	71	59	192	114	306	207	819	286,65 €	1 064,70 €
Birell - nealko fl.	0,35 €	1,30 €	51	62	47	160	202	133	141	636	222,60 €	826,80 €
Víno biele podľa ponuky	0,20 €	0,70 €	210	217	232	659	708	1091	715	3173	634,60 €	2 221,10 €
Rizling rýnsky - fľaša	3,50 €	9,70 €	3	7	1	11	28	62	17	118	413,00 €	1 144,60 €
Chardonnay - fľaša	3,50 €	9,70 €	10	8	2	20	15	38	3	76	266,00 €	737,20 €
Rulandské biele - fľaša	3,00 €	9,70 €	6	1	13	20	14	21	12	57	171,00 €	552,90 €
Víno červené podľa ponuky	3,40 €	0,70 €	127	145	189	461	548	1235	613	2857	9 713,80 €	1 999,90 €
Frankovka - fľaša	3,50 €	9,70 €	7	11	9	27	35	29	24	115	402,50 €	1 115,50 €
Svätovavrinecké - fľaša	4,00 €	9,70 €	11	9	7	27	24	42	29	122	488,00 €	1 183,40 €
Campari	1,00 €	3,70 €	15	5	11	31	29	37	35	132	132,00 €	488,40 €
Martini (dry, bianco, rosso)	0,50 €	2,20 €	21	3	48	72	95	81	69	317	158,50 €	697,40 €
Cinzano (dry, bianco, rosso)	0,50 €	2,00 €	17	39	32	88	79	184	113	464	232,00 €	928,00 €
Hubert polosladké	5,50 €	9,00 €	6	3	1	10	9	31	12	62	341,00 €	558,00 €
Hubert sladké	5,50 €	9,00 €	8	2	4	14	14	29	5	62	341,00 €	558,00 €
Hubert Deluxe	5,80 €	9,00 €	22	15	12	49	21	58	32	160	928,00 €	1 440,00 €
Glenfiddich	1,70 €	5,00 €	7	13	42	62	26	39	41	168	285,60 €	840,00 €
Chivas regal	1,65 €	4,70 €	6	5	11	22		19	26	14	23,10 €	65,80 €
Johnie Walker	0,70 €	2,70 €	22	16	13	51	66	74	62	253	177,10 €	683,10 €
Ballanties	0,65 €	2,70 €	11	24	12	47	38	46	11	142	92,30 €	383,40 €
Four roses	0,65 €	2,70 €	6	12	14	32	17	21	36	106	68,90 €	286,20 €
Jim Beam	0,65 €	2,70 €	17	11	3	31	33	20	19	103	66,95 €	278,10 €
Jack Daniels	0,75 €	3,40 €	5	10	7	22	31	49	42	144	108,00 €	489,60 €
Jameson	0,65 €	2,70 €	17	20	13	50	67	21	11	149	96,85 €	402,30 €

Henessy v.s.	1,70 €	5,00 €	13	18	20	51	15	23	64	153	260,10 €	765,00 €
Courvoisier v.s.	1,70 €	5,00 €	20	14	19	53	55	61	21	190	323,00 €	950,00 €
Karpatské brandy špeciál	0,65 €	2,70 €	37	15	20	72	64	98	55	289	187,85 €	780,30 €
Karpatské brandy	0,45 €	1,70 €	55	71	62	188	167	301	218	874	393,30 €	1 485,80 €
Napoleon brandy	0,45 €	1,70 €	13	15	9	37	14	21	42	114	51,30 €	193,80 €
Metaxa*****	0,70 €	3,00 €	33	28	42	103	176	201	133	613	429,10 €	1 839,00 €
Metaxa***	0,50 €	2,00 €	74	61	55	190	154	213	247	804	402,00 €	1 608,00 €
Vodka Absolut, Absolut citrón	0,55 €	2,40 €	86	91	77	254	128	401	317	1100	605,00 €	2 640,00 €
Vodka Finlandia	0,55 €	2,40 €	33	46	84	163	284	113	203	763	419,65 €	1 831,20 €
Vodka Smirnoff	0,60 €	2,70 €	15	19	14	48	60	51	39	198	118,80 €	534,60 €
Vodka Nicolaus, Nicolaus Peach	0,40 €	1,70 €	148	115	129	392	436	274	458	1560	624,00 €	2 652,00 €
Tequila Omega Gold	0,65 €	3,00 €	83	76	92	251	345	314	222	1132	735,80 €	3 396,00 €
Tequila Omega Silver	0,60 €	2,70 €	165	139	203	507	313	421	517	1812	1 087,20 €	4 892,40 €
Borovička spišská	0,40 €	1,70 €	158	192	178	528	401	613	602	2144	857,60 €	3 644,80 €
Slivovica bošácka	0,50 €	2,40 €	97	43	158	298	189	111	307	905	452,50 €	2 172,00 €
Slivovica Jelínek	0,65 €	3,00 €	101	72	64	237	255	301	142	935	607,75 €	2 805,00 €
Hruškovica	0,45 €	2,00 €	105	98	114	317	483	319	498	1617	727,65 €	3 234,00 €
Čerešňovica	0,45 €	2,00 €	141	84	278	503	398	413	517	1831	823,95 €	3 662,00 €
Gin Beefeater	0,60 €	2,70 €	19	22	14	55	39	41	22	157	94,20 €	423,90 €
Gin Nicolaus	0,40 €	1,70 €	31	21	59	111	58	36	165	370	148,00 €	629,00 €
Rum Bacardi	0,55 €	2,40 €	62	49	37	148	79	51	132	410	225,50 €	984,00 €
Rum Tuzemský	0,40 €	1,70 €	115	69	87	271	226	305	319	1121	448,40 €	1 905,70 €
Fernet Strock, citrus	0,40 €	1,70 €	219	115	301	635	603	431	789	2458	983,20 €	4 178,60 €
Fernet karpatský	0,40 €	1,70 €	33	51	29	113	65	56	121	355	142,00 €	603,50 €
Jägermeister	0,55 €	2,70 €	41	28	33	102	28	31	91	252	138,60 €	680,40 €
Becherovka	0,45 €	2,00 €	13	21	18	52	47	50	56	205	92,25 €	410,00 €

Demänovka	0,40 €	1,70 €	55	47	61	163	111	128	151	553	221,20 €	940,10 €
Malibu	0,50 €	2,40 €	3	5	1	9	13	6	21	49	24,50 €	117,60 €
Bailey's	0,50 €	2,40 €	24	17	39	80	91	99	88	358	179,00 €	859,20 €
Vaječný likér	0,30 €	1,70 €	17	13	28	58	42	64	55	219	65,70 €	372,30 €
Čokoládový likér	0,30 €	1,70 €	12	9	11	32	28	47	14	121	36,30 €	205,70 €
Celkom											36 076,45 €	99 237,39 €

**PRÍLOHA P XVI: OSOBNÉ NÁKLADY NA JEDEN ROK
PODNIKANIA**

Osobné náklady na 1 rok

Funkcia	Počet pracovníkov	HM / mesiac / rok	Náklady HM / mesiac	Mesiac / počet	Náklady / rok (521)	Odvody / ZL' / rok (524)	Sociálny fond / rok (527)
Manažér	1	650,00 €	650,00 €	12	7 800,00 €	2 745,60 €	46,80 €
Hlavný kuchár	1	550,00 €	550,00 €	12	6 600,00 €	2 323,20 €	39,60 €
Kuchár	2	500,00 €	1 000,00 €	12	12 000,00 €	4 224,00 €	72,00 €
Hlavný čašník	1	500,00 €	500,00 €	12	6 000,00 €	2 112,00 €	36,00 €
Čašník	4	450,00 €	1 800,00 €	12	21 600,00 €	7 603,20 €	129,60 €
Rezerva na dohody (1,05%)					6 000,00 €	2 112,00 €	0,00 €
SPOLU					60 000,00 €	21 120,00 €	324,00 €

**PRÍLOHA P XVII: PLÁN ODPISOV DLHODOBÉHO
MAJETKU**

Názov DM	Množstvo	Odpisová skupina	Počet rokov odpisovania	Obstarávacia cena (OC)	Ročný odpis	Spôsob odpisovania
Počítač	1	1	4	1 200,00 €	300,00 €	rovnomerný
Software	1	1	4	1 700,00 €	425,00 €	zrýchlený
Spolu				2 900,00 €	725,00 €	

Účtovanie zrýchlených odpisov:

Názov DM	Množstvo	Odp. skupina	Doba odp.	Koefficient		OC
				1. rok	d'alsie roky	
software	1	I.	4. roky	4	5	1 700,00 €

Rok	Zrýchlené odpisy v €	Zostatková cena v €	Oprávky v €
1.	425	1275	425
2.	637,50	637,50	1062,50
3.	425	212,50	1487,50
4.	212,50	-	1700

I. rok:

$$\frac{OC}{4} = \frac{1700}{4} = 425$$

$$OC - 425 = 1\,700 - 425 = 1275 = \text{Zostatková cena} = ZC$$

II. rok:

$$\frac{2 \times ZC}{5 - \text{pocet_rokov_za_ktorý_sa_majetok_odpisoval}} = \frac{2 \times 1275}{5 - 1} = 637,50$$

III. rok:

$$\frac{2 \times ZC}{5 - \text{pocet_rokov_za_ktorý_sa_majetok_odpisoval}} = \frac{2 \times 637,50}{5 - 2} = 425$$

VI. rok:

$$\frac{2 \times ZC}{5 - \text{pocet_rokov_za_ktorý_sa_majetok_odpisoval}} = \frac{2 \times 212,50}{5 - 3} = 212,50$$

PRÍLOHA P XVIII: SPLÁTKOVÝ KALENDÁR

Rok		Počiatočný stav úve- ru	anuita	úrok	úmor	konečný stav úveru
0.						15000
1.	15000	15000	3855	1425	2430	12570
2.	12000	12570	3855	1140	2715	9855
3.	9000	9855	3855	855	3000	6855
4.	6000	6855	3855	570	3285	3570
5.	3000	3570	3855	285	3570	0
Celkom			19275	4275	15000	

PRÍLOHA P XIX: VÝKAZ ZISKOV A STRÁT

UVPOD2v09_1

Výkaz ziskov a strát Úč POD 2 - 01

VÝKAZ ZISKOV A STRÁT



k . . . 2 0 (v celých eurách)

Číselné údaje sa zarovnávajú vpravo, ostatné údaje sa píše zľava. Nevyplnené riadky sa ponechávajú prázdne.

Údaje sa vyplňajú paličkovým písmom (podľa tohto vzoru), písacím strojom alebo tlačiarňou, a to čiernou alebo tmavomodrou farbou.

Á Ā B Ć D É F G H Í J K L M N O P Q R Š T Ú V X Ý Ž 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Daňové identifikačné číslo	Účtovná závierka	Účtovná závierka	Mesiac	Rok
	<input type="checkbox"/> riadna	<input type="checkbox"/> zostavená	Za obdobie	od 2 0
IČO	<input type="checkbox"/> mimoriadna	<input type="checkbox"/> schválená	do	2 0
SK NACE	(vyznačí sa x)		Bezprostredne predchádzajúce obdobie	od 2 0
			do	2 0

Obchodné meno (názov) účtovnej jednotky

Sídlo účtovnej jednotky

Ulica

Číslo

PSČ

Obec

Číslo telefónu

Číslo faxu

E-mailová adresa

Zostavený dňa:	Podpisový záznam osoby zodpovednej za vedenie účtovníctva:	Podpisový záznam osoby zodpovednej za zostavenie účtovnej závierky:	Podpisový záznam člena štatutárneho orgánu účtovnej jednotky alebo fyzickej osoby, ktorá je účtovnou jednotkou:
Schválený dňa:			

Záznamy daňového úradu

Miesto pre evidenčné číslo	Odtlačok prezentačnej pečiatky daňového úradu



Ozna- čenie a	Text b	Číslo riadku c	Skutočnosť	
			bežné účtovné obdobie	
			1	2 bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
I.	Tržby z predaja tovaru (604)	01	79 390	
A.	Náklady vynaložené na obstaranie predaného tovaru (504, 505A)	02	36 076	
+	Obchodná marža r. 01 - r. 02	03	43 314	
II.	Výroba r. 05 + r. 06 + r. 07	04	64 093	
II.1.	Tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb (601, 602)	05	64 093	
2.	Zmeny stavu vnútroorganizačných zásob (+/- účtová skupina 61)	06		
3.	Aktivácia (účtová skupina 62)	07		
B.	Výrobná spotreba r. 09 + r. 10	08	70 992	
B.1.	Spotreba materiálu, energie a ostatných neskladovateľných dodávok (501, 502, 503, 505A)	09	60 492	
2.	Služby (účtová skupina 51)	10	10 500	
+	Pridaná hodnota r. 03 + r. 04 - r. 08	11	36 415	
C.	Osobné náklady súčet (r. 13 až 16)	12	82 420	
C.1.	Mzdové náklady (521, 522)	13	60 000	
2.	Odmeny členom orgánov spoločnosti a družstva (523)	14		
3.	Náklady na sociálne poistenie (524, 525, 526)	15	21 120	
4.	Sociálne náklady (527, 528)	16	1 300	
D.	Dane a poplatky (účtová skupina 53)	17	1 115	
E.	Odpisy a opravné položky k dlhodobému nehmotnému majetku a dlhodobému hmotnému majetku (551, 553)	18	725	
III.	Tržby z predaja dlhodobého majetku a materiálu (641, 642)	19		
F.	Zostatková cena predaného dlhodobého majetku a predaného materiálu (541, 542)	20		
G.	Tvorba a zúčtovanie opravných položiek k pohľadávkam (+/-547)	21		
IV.	Ostatné výnosy z hospodárskej činnosti (644, 645, 646, 648, 655, 657)	22		
H.	Ostatné náklady na hospodársku činnosť (543, 544, 545, 546, 548, 549, 555, 557)	23		
V.	Prevod výnosov z hospodárskej činnosti (-)(697)	24		
I.	Prevod nákladov na hospodársku činnosť (-)(597)	25		
*	Výsledok hospodárenia z hospodárskej činnosti r.11 - r. 12 - r. 17 - r. 18 + r. 19 - r. 20 - r. 21 + r. 22 - r. 23 + (-r. 24) - (-r.25)	26	- 47 845	
VI.	Tržby z predaja cenných papierov a podielov (661)	27		



Ozna- čenie a	Text b	Číslo riadku c	Skutočnosť	
			bežné účtovné obdobie 1	bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie 2
J.	Predané cenné papiere a podiely (561)	28		
VII.	Výnosy z dlhodobého finančného majetku r. 30 + r. 31 + r. 32	29		
VII.1.	Výnosy z cenných papierov a podielov v dcérskej účtovnej jednotke a v spoločnosti s podstatným vplyvom (665A)	30		
2.	Výnosy z ostatných dlhodobých cenných papierov a podielov (665A)	31		
3.	Výnosy z ostatného dlhodobého finančného majetku (665A)	32		
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančného majetku (666)	33		
K.	Náklady na krátkodobý finančný majetok (566)	34		
IX.	Výnosy z precenenia cenných papierov a výnosy z derivátových operácií (664, 667)	35		
L.	Náklady na precenenie cenných papierov a náklady na derivátové operácie (564, 567)	36		
M.	Tvorba a zúčtovanie opravných položiek k finančnému majetku +/- 565	37		
X.	Výnosové úroky (662)	38	10	
N.	Nákladové úroky (562)	39	1425	
XI.	Kurzové zisky (663)	40		
O.	Kurzové straty (563)	41		
XII.	Ostatné výnosy z finančnej činnosti (668)	42		
P.	Ostatné náklady na finančnú činnosť (568, 569)	43		
XIII.	Prevod finančných výnosov (-) (698)	44		
R.	Prevod finančných nákladov (-) (598)	45		
*	Výsledok hospodárenia z finančnej činnosti r. 27 - r. 28 + r. 29 + r. 33 - r. 34 + r. 35 - r. 36 - r. 37 + r. 38 - r. 39 + r. 40 - r. 41 + r. 42 - r. 43 + (- r. 44) - (-r.45)	46	- 1 415	
**	Výsledok hospodárenia z bežnej činnosti pred zdanením r. 26 + r. 46	47	- 49 258	
S.	Daň z príjmov z bežnej činnosti r. 49 + r. 50	48		
S.1.	- splatná (591, 595)	49		
2.	- odložená (+/- 592)	50		
**	Výsledok hospodárenia z bežnej činnosti po zdanení r. 47 - r. 48	51	- 49258	
XIV.	Mimoriadne výnosy (účtová skupina 68)	52		
T.	Mimoriadne náklady (účtová skupina 58)	53		
*	Výsledok hospodárenia z mimoriadnej činnosti pred zdanením r. 52 - r. 53	54		



Ozna- čenie a	Text b	Číslo riadku c	Skutočnosť	
			bežné účtovné obdobie 1	bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie 2
U.	Daň z príjmov z mimoriadnej činnosti r. 56 + r. 57	55		
U.1.	- splatná (593)	56		
2.	- odložená (+/- 594)	57		
*	Výsledok hospodárenia z mimoriadnej činnosti po zdanení r. 54 - r. 55	58		
***	Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie pred zdanením (+/-) [r. 47 + r. 54]	59	- 49258	
V.	Prevod podielov na výsledku hospodárenia spoločníkom (+/- 596)	60		
***	Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení (+/-) [r. 51 + r. 58 - r. 60]	61		

PRÍLOHA P XX: PLÁNOVANÁ VÝCHODISKOVÁ SÚVAHA

UV/POD1v09_1

Súvaha Úč POD 1 - 01

SÚVAHA



k . . . 2 0 (v celých eurách)

Číselné údaje sa zarovnávajú vpravo, ostatné údaje sa píšú zľava. Nevyplnené riadky sa ponechávajú prázdne. Údaje sa vyplňajú paličkovým písmom (podľa tohto vzoru), písacím strojom alebo tlačiarňou, a to čiernou alebo tmavomodrou farbou.

Á Ā B Ć D Ě F G H Í J K L M N O P Q R Š T Ů V X Ý Ž 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Daňové identifikačné číslo	Účtovná záznamka	Účtovná záznamka	Mesiac	Rok
	<input type="checkbox"/> riadna	<input type="checkbox"/> zostavená	od	2 0
IČO	<input type="checkbox"/> mimoriadna	<input type="checkbox"/> schválená	do	2 0
SK NACE	(vyznačí sa x)		Bezprostredne predchádzajúce obdobie	od
			do	2 0

Obchodné meno (názov) účtovnej jednotky

Sídlo účtovnej jednotky

Ulica

Číslo

PSČ

Obec

Číslo telefónu

Číslo faxu

E-mailová adresa

Zostavená dňa:	Podpisový záznam osoby zodpovednej za vedenie účtovníctva:	Podpisový záznam osoby zodpovednej za zostavenie účtovnej záznamky:	Podpisový záznam člena štatutárneho orgánu účtovnej jednotky alebo fyzickej osoby, ktorá je účtovnou jednotkou:
Schválená dňa:			

Záznamy daňového úradu

--	--

Miesto pre evidenčné číslo

Odtlačok prezentačnej pečiatky daňového úradu



Ozna- čenie a	STRANA AKTÍV b	Číslo riadku c	Bežné účtovné obdobie		Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			1	2	
			Brutto - časť 1 Korekcia - časť 2	Netto 2 Netto 3	
	SPOLU MAJETOK r. 002 + r. 031 + r. 061	001	145 755		
A.	Neobežný majetok r. 003 + r. 012 + r. 022	002			
A.I.	Dlhodobý nehmotný majetok súčet (r. 004 až 011)	003	1 700		
A.I.1.	Zriaďovacie náklady (011) - /071, 091A/	004			
2.	Aktivované náklady na vývoj (012) - /072, 091A/	005			
3.	Softvér (013) - /073, 091A/	006	1 700		
4.	Ocenené práva (014) - /074, 091A/	007			
5.	Goodwill (015) - /075, 091A/	008			
6.	Ostatný dlhodobý nehmotný majetok (019, 01X) - /079, 07X, 091A/	009			
7.	Obstarávaný dlhodobý nehmotný majetok (041) - 093	010			
8.	Poskytnuté preddavky na dlhodobý nehmotný majetok (051) - 095A	011			
A.II.	Dlhodobý hmotný majetok súčet (r. 013 až 021)	012	101 955		
A.II.1.	Pozemky (031) - 092A	013			
2.	Stavby (021) - /081, 092A/	014	100 755		



Ozna- čenie a	STRANA AKTÍV b	Číslo riadku c	Bežné účtovné obdobie		Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			1	2	
			Brutto - časť 1 Korekcia - časť 2	Netto	
3.	Samostatné huteľné veci a súbory huteľných vecí (022) - /082, 092A/	015	1 200		
4.	Pestovateľské celky trvalých porastov (025) - /085, 092A/	016			
5.	Základné stádo a ťažné zvieratá (026) - /086, 092A/	017			
6.	Ostatný dlhodobý hmotný majetok (029, 02X, 032) - /089, 08X, 092A/	018			
7.	Obstarávaný dlhodobý hmotný majetok (042) - 094	019			
8.	Poskytnuté preddavky na dlhodobý hmotný majetok (052) - 095A	020			
9.	Opravná položka k nadobudnutému majetku (+/- 097) +/- 098	021			
A.III.	Dlhodobý finančný majetok súčet (r. 023 až 030)	022			
A.III.1.	Podielové cenné papiere a podiely v dcérskej účtovnej jednotke (061) - 096A	023			
2.	Podielové cenné papiere a podiely v spoločnosti s podstatným vplyvom (062) - 096A	024			
3.	Ostatné dlhodobé cenné papiere a podiely (063, 065) - 096A	025			
4.	Pôžičky účtovnej jednotky v konsolidovanom celku (066A) - 096A	026			
5.	Ostatný dlhodobý finančný majetok (067A, 069, 06XA) - 096A	027			
6.	Pôžičky s dobou splatnosti najviac jeden rok (066A, 067A, 06XA) - 096A	028			

Súvaha Úč POD 1 - 01

DIČ



Označenie a	STRANA AKTÍV b	Číslo radku c	Bežné účtovné obdobie		Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			1	2	
			Brutto - časť 1 Korekcia - časť 2	Netto	
			Netto 3		
7.	Obstarávaný dlhodobý finančný majetok (043) - 096A	029			
8.	Poskytnuté preddávky na dlhodobý finančný majetok (053) - 095A	030			
B.	Obežný majetok r. 032 + r. 040 + r. 047 + r. 055	031			
B.I.	Zásoby súčet (r. 033 až 039)	032	16 188		
B.I.1.	Materiál (112, 119, 11X) - /191, 19X/	033	13 182		
2.	Nedokončená výroba a polotovary vlastnej výroby (121, 122, 12X) - /192, 193, 19X/	034			
3.	Zákazková výroba s predpokladanou dobou ukončenia dlhšou ako jeden rok 12X - 192A	035			
4.	Výrobky (123) - 194	036			
5.	Zvieratá (124) - 195	037			
6.	Tovar (132, 13X, 139) - /196, 19X/	038	3 006		
7.	Poskytnuté preddávky na zásoby (314A) - 391A	039			
B.II.	Dlhodobé pohľadávky súčet (r. 041 až 046)	040			
B.II.1.	Pohľadávky z obchodného styku (311A, 312A, 313A, 314A, 315A, 31XA) - 391A	041			
2.	Pohľadávky voči dcérskej účtovnej jednotke a materskej účtovnej jednotke (351A) - 391A	042			



Označenie a	STRANA AKTÍV b	Číslo riadku c	Bežné účtovné obdobie		Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			1	2	
			Brutto - časť 1	Netto	Netto 3
			Korekcia - časť 2		
3.	Ostatné pohľadávky v rámci konsolidovaného celku (351A) - 391A	043			
4.	Pohľadávky voči spoločníkom, členom a združeniu (354A, 355A, 358A, 35XA) - 391A	044			
5.	Iné pohľadávky (335A, 33XA, 371A, 373A, 374A, 375A, 376A, 378A) - 391A	045			
6.	Odložená daňová pohľadávka (481A)	046			
B.III.	Krátkodobé pohľadávky súčet (r. 048 až 054)	047			
B.III.1.	Pohľadávky z obchodného styku (311A, 312A, 313A, 314A, 315A, 31XA) - 391A	048			
2.	Pohľadávky voči doárskej účtovnej jednotke a materskej účtovnej jednotke (351A) - 391A	049			
3.	Ostatné pohľadávky v rámci konsolidovaného celku (351A) - 391A	050			
4.	Pohľadávky voči spoločníkom, členom a združeniu (354A, 355A, 358A, 35XA, 398A) - 391A	051			
5.	Sociálne poistenie (336) - 391A	052			
6.	Daňové pohľadávky a dotácie (341, 342, 343, 345, 346, 347) - 391A	053			
7.	Iné pohľadávky (335A, 33XA, 371A, 373A, 374A, 375A, 376A, 378A) - 391A	054			
B.IV.	Finančné účty súčet (r. 056 až r. 060)	055	42 100		
B.IV.1.	Peniaze (211, 213, 21X)	056	4 100		



Ozna- čenie a	STRANA AKTÍV b	Číslo riadku c	Bežné účtovné obdobie		Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			1	2	
			Brutto - časť 1 Korekcia - časť 2	Netto	
2.	Účty v bankách (221A, 22X +/- 261)	057	38 000		
3.	Účty v bankách s dobou viazanosti dlhšou ako jeden rok 22XA	058			
4.	Krátkodobý finančný majetok (251, 253, 256, 257, 25X) - /291, 29X/	059			
5.	Obstarávaný krátkodobý finančný majetok (259, 314A) - 291	060			
C.	Časové rozlíšenie súčet (r. 062 až r. 065)	061			
C.1.	Náklady budúcich období dlhodobé (381A, 382A)	062			
2.	Náklady budúcich období krátkodobé (381A, 382A)	063			
3.	Príjmy budúcich období dlhodobé (385A)	064			
4.	Príjmy budúcich období krátkodobé (385A)	065			

Ozna- čenie a	STRANA PASÍV b	Číslo riadku c	Bežné účtovné obdobie		Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			4	5	
	SPOLU VLASTNÉ IMANIE A ZÁVÄZKY r. 067 + r. 088 + r. 119	066		145 755	
A.	Vlastné imanie r. 068 + r. 073 + r. 080 + r. 084 + r. 087	067		130 755	
A.I.	Základné imanie súčet (r. 069 až 072)	068		30 000	
A.I.1.	Základné imanie (411 alebo +/- 491)	069		30 000	
2.	Vlastné akcie a vlastné obchodné podiely (-/252)	070			
3.	Zmena základného imania +/- 419	071			
4.	Pohľadávky za upísané vlastné imanie (-/353)	072			



Označenie a	STRANA PASÍV b	Číslo riadku c	Bežné účtovné obdobie 4	Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie 5
A.II.	Kapitálové fondy súčet (r. 074 až 079)	073	100 755	
A.II.1.	Emisné ážio (412)	074		
2.	Ostatné kapitálové fondy (413)	075	100 755	
3.	Zákonný rezervný fond (Nedeliteľný fond) z kapitálových vkladov (417, 418)	076		
4.	Oceňovacie rozdiely z precenenia majetku a záväzkov (+/- 414)	077		
5.	Oceňovacie rozdiely z kapitálových účastí (+/- 415)	078		
6.	Oceňovacie rozdiely z precenenia pri zlúčení, splnutí a rozdelení (+/- 416)	079		
A.III.	Fondy zo zisku súčet (r. 081 až r. 083)	080		
A.III.1.	Zákonný rezervný fond (421)	081		
2.	Nedeliteľný fond (422)	082		
3.	Štatutárne fondy a ostatné fondy (423, 427, 42X)	083		
A.IV.	Výsledok hospodárenia minulých rokov r. 085 + r. 086	084		
A.IV.1.	Nerozdelený zisk minulých rokov (428)	085		
2.	Neuhradená strata minulých rokov (-/429)	086		
A.V.	Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení +/- r. 001 - (r. 068 + r. 073 + r. 080 + r. 084 + r. 088 + r. 119)	087		
B.	Závazky r. 89 + r. 94 + r. 105 + r. 115 + r. 116	088	15 000	
B.I.	Rezervy súčet (r. 090 až r. 093)	089		
B.I.1.	Rezervy zákonné dlhodobé (451A)	090		
2.	Rezervy zákonné krátkodobé (323A, 451A)	091		
3.	Ostatné dlhodobé rezervy (459A, 45XA)	092		
4.	Ostatné krátkodobé rezervy (323A, 32X, 459A, 45XA)	093		
B.II.	Dlhodobé záväzky súčet (r. 095 až r. 104)	094		
B.II.1.	Dlhodobé záväzky z obchodného styku (479A)	095		
2.	Dlhodobé nevyfakturované dodávky (476A)	096		
3.	Dlhodobé záväzky voči dcérskej účtovnej jednotke a materskej účtovnej jednotke (471A)	097		
4.	Ostatné dlhodobé záväzky v rámci konsolidovaného celku (471A)	098		
5.	Dlhodobé prijaté preddávky (475A)	099		
6.	Dlhodobé zmenky na úhradu (478A)	100		



Označenie a	STRANA PASÍV b	Číslo riadku c	Bežné účtovné obdobie 4	Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie 5
7.	Vydané dlhopisy (473A/-/255A)	101		
8.	Závazky zo sociálneho fondu (472)	102		
9.	Ostatné dlhodobé záväzky (474A, 479A, 47XA, 372A, 373A, 377A)	103		
10.	Odlžený daňový záväzok (481A)	104		
B.III.	Krátkodobé záväzky súčet (r. 106 až r. 114)	105		
B.III.1.	Závazky z obchodného styku (321, 322, 324, 325, 32X, 475A, 478A, 479A, 47XA)	106		
2.	Nevyfakturované dodávky (326, 476A)	107		
3.	Závazky voči dcérskej účtovnej jednotke a materskej účtovnej jednotke (361A, 471A)	108		
4.	Ostatné záväzky v rámci konsolidovaného celku (361A, 36XA, 471A, 47XA)	109		
5.	Závazky voči spoločníkom a združeniu (364, 365, 366, 367, 368, 398A, 478A, 479A)	110		
6.	Závazky voči zamestnancom (331, 333, 33X, 479A)	111		
7.	Závazky zo sociálneho poistenia (336, 479A)	112		
8.	Daňové záväzky a dotácie (341, 342, 343, 345, 346, 347, 34X)	113		
9.	Ostatné záväzky (372A, 373A, 377A, 379A, 474A, 479A, 47X)	114		
B.IV.	Krátkodobé finančné výpomoci (241, 249, 24X, 473A, /-/255A)	115	15 000	
B.V.	Bankové úvery r. 117 + r. 118	116	15 000	
B.V.1.	Bankové úvery dlhodobé (461A, 46XA)	117		
2.	Bežné bankové úvery (221A, 231, 232, 23X, 461A, 46XA)	118		
C.	Časové rozlíšenie súčet (r. 120 až r. 123)	119		
C.1.	Výdavky budúcich období dlhodobé (383A)	120		
2.	Výdavky budúcich období krátkodobé (383A)	121		
3.	Výnosy budúcich období dlhodobé (384A)	122		
4.	Výnosy budúcich období krátkodobé (384A)	123		