


# Podnikatelský plán na založení nového podniku

Jakub Atarsia

---

Bakalářská práce  
2013

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta logistiky a krizového řízení

---

**Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně**

**Fakulta logistiky a krizového řízení**

**Ústav logistiky**

**akademický rok: 2012/2013**

## **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

**(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)**

**Jméno a příjmení: Jakub ATARSIA**

**Osobní číslo: L090486**

**Studijní program: B6208 Ekonomika a management**

**Studijní obor: Logistika a management**

**Forma studia: prezenční**

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

**Zásady pro vypracování:**

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

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

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

Seznam odborné literatury:

[1] KORÁB, V., M. REŽŇÁKOVÁ a J. PETERKA. Podnikatelský plán. Brno : Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.

[2] FOTR, Jiří. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. Praha: Grada Publishing, 1995. ISBN 80-85623-20-X.

[3] FOTR, J., D. POKORNÁ a A. BĚLOVSKÁ. Podnikatelský plán. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-812-1.

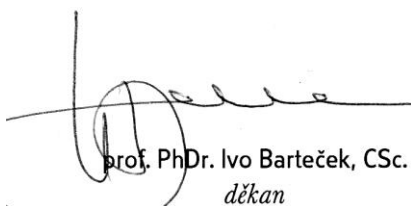
Další odborná literatura dle doporučení vedoucího bakalářské práce.

Vedoucí bakalářské práce: **prof. Ing. Josef Navrátil, DrSc.**  
Ústav logistiky

Datum zadání bakalářské práce: **25. února 2013**

Termín odevzdání bakalářské práce: **10. května 2013**

V Uherském Hradišti dne 25. února 2013

  
prof. PhDr. Ivo Barteček, CSc.  
*děkan*



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

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce řeší problematiku zpracování podnikatelského plánu na založení nového podniku. Teoretická část obsahuje základní informace, důležité při začátcích podnikání, rozhodování o právní formě a dále pak na strukturou a zpracováním jednotlivých částí podnikatelského plánu. V praktické části bakalářské práce je vypracován podnikatelský plán na založení francouzské restaurace, včetně strategie rozvoje podniku.

Klíčová slova:

Podnikatelský plán, podnikatelský záměr, založení podniku, organizační plán, finanční plán, marketingový plán.

## **ABSTRACT**

This bachelor's thesis is focused on solving issues of processing of business plan for setting up a new company. Theoretical part involves basic information, that are important when starting the new business or deciding about law form and next it is aimed on structure and elaborating separate parts of the business plan. There is fully elaborated business plan for setting up the French restaurant including strategy of progress of the company, in the practical part of the bachelor's thesis..

Na tomto místě bych rád poděkoval prof. Ing. Josef Navrátil, DrSc. za odborné rady, cenné připomínky a především za vstřícnost, kterými přispěl k vypracování této bakalářské práce. Dále chci velmi poděkovat své rodině za pomoc, podporu a rady.

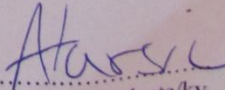
### Prohlašuji, že

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

### Prohlašuji,

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

V Uherském Hradišti dne 23.4.2013

  
.....  
podpis studenta/ky

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 KDO JE PODNIKATEL</b> .....	<b>11</b>
1.1 PŘEDPOKLADY ÚSPĚŠNÉHO PODNIKATELE .....	11
1.2 DEFINICE PODNIKU A PODNIKÁNÍ .....	12
1.2.1 Znaky podniku .....	13
1.3 FORMY PODNIKÁNÍ.....	14
1.3.1 Obchodní společnosti .....	14
1.3.2 Státní podnik .....	19
1.3.3 Podnik jednotlivce.....	19
1.3.4 Sdružení.....	19
<b>2 PODNIKATELSKÝ PLÁN</b> .....	<b>20</b>
2.1 POŽADAVKY NA PODNIKATELSKÝ PLÁN .....	20
2.2 NÁPLŇ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU .....	22
Titulní strana a obsah .....	22
Popis podniku .....	22
Organizace řízení a manažerský tým.....	23
Přehled základních výsledků a závěrů.....	23
Finanční plán .....	23
Shrnutí a závěry .....	24
Přílohy 24	
<b>ZÁVĚR TEORETICKÉ ČÁSTI</b> .....	<b>25</b>
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>26</b>
<b>3 PODNIKATELSKÝ PLÁN</b> .....	<b>27</b>
3.1 TITULNÍ STRANA .....	27
3.2 ANALÝZA TRHU.....	27
3.2.1 Odvětví.....	29
3.2.2 Konkurence .....	30
Hodnocení konkurence:.....	30
3.2.3 Zákazníci .....	30
3.3 POPIS VÝROBKU .....	30
3.4 VÝROBNÍ PLÁN.....	31
3.5 VÝROBNÍ STRATEGIE.....	32
3.6 VÝROBNÍ METODY.....	32
<b>4 ORGANIZAČNÍ PLÁN</b> .....	<b>33</b>
PRÁVNÍ FORMA PODNIKU .....	33
VEDENÍ PODNIKU .....	33
ORGANIZAČNÍ STRUKTURA A ZAMĚSTNANCI, PRACOVNÍ DOBA .....	33
<b>5 MARKETINGOVÝ PLÁN</b> .....	<b>34</b>
5.1 MARKETINGOVÝ MIX .....	34
5.1.1 Cena (price).....	34
5.1.2 Místo (place) .....	34

5.1.3	Výrobek (product).....	34
5.1.4	Propagace (promotion).....	35
5.2	SWOT ANALÝZA .....	35
<b>6</b>	<b>FINANČNÍ PLÁN .....</b>	<b>36</b>
6.1	ZJIŠTĚNÍ POČÁTEČNÍHO KAPITÁLU .....	36
6.2	POČÁTEČNÍ ROZVAHA .....	37
6.3	PLÁN NÁKLADŮ.....	38
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>41</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>42</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>43</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>44</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>45</b>
	JÍDELNÍ A NÁPOJOVÝ LÍSTEK .....	45



## ÚVOD

Od doby, kdy jsem začal cestovat na závody po Evropě a začal poznávat novou kulturu, nové lidi, jsem uvažoval o možnosti, že bych přiblížil atmosféru vybrané země a vybraného regionu lidem, kteří neměli možnost danou oblast navštívit. Přemýšlel jsem, jak co nejlépe vystihnout atmosféru a jak ji ostatním co nejvěrohodněji zprostředkovat. V západních zemích se většina sociálních vazeb vytváří v barech, restauracích a klubech. Proto v budoucnosti chci založit vlastní restauraci – klub. Uvědomuji si také, jaké jsou stále rozdíly mezi nabídkou v restauracích u nás a v zahraničí, především v přístupu ke klientům i druhu nabízených služeb. To bych rád změnil a přiblížil tyto služby úrovni, která je obvyklá ve vyspělých státech. Při výběru tématu na svou bakalářskou práci, padla jasná volba na „Podnikatelský plán na založení nového podniku“. Cílem této práce je tedy vytvoření kvalitního podnikatelského plánu.

První část práce tvoří teoretická část, kde definuji základní pojmy z oblasti podnikání. Následuje popis jednotlivých forem podnikání. Dále tato část obsahuje podrobný popis podnikatelského plánu, jeho strukturu, účel a význam.

Druhou částí práce je konkrétní tvorba podnikatelského plánu na založení podniku a to francouzské restaurace ve Zlíně. Podnikatelský plán je psán s ohledem na teoretickou část. Tvoří jej charakteristika podniku, analýza podmínek na trhu, organizační plán, marketingový plán, finanční plán a v neposlední řadě i seznam nabízených služeb.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 KDO JE PODNIKATEL

Podnikatel je jinak viděn ekonomy, psychology, byznysmeny i politiky. Řeknu li slovo podnikatel, musím si říci, kterým jazykem hovořím. Zda se vyjadřuji jazykem právníků nebo jazykem ekonomů.

Dle obchodního zákoníku je podnikatelem jak fyzická, tak právnická osoba, a kupříkladu i veřejná obchodní společnost, družstvo, společnost s ručením omezeným, akciová společnost.

V nauce o podnikání se rozlišuje podnikatel primární a sekundární. Primárním podnikatelem je fyzická osoba, vlastník podniku. Pro vlastníka je podnik nástrojem podnikání. V případě, že vlastník pouze podnik spravuje, deleguje své podnikatelské role a funkce na podnik, který podniká jako sekundární podnikatel v jeho zájmu. Reálné funkce a role sekundárního podnikatele naplňují rovněž fyzické osoby tvořící správní rady, řídicí orgány, top management podniku atd. [8]

### 1.1 Předpoklady úspěšného podnikatele

Podnikatel potřebuje ke své existenci dva základní předpoklady – podnikavost a úspěch. [5]

#### **Podnikavost**

Je to rozhodující faktor a vlastnost vyjadřující předpoklady člověka k podnikání. O člověku, který má vyvinutou tuto vlastnost se říká, že je podnikavý. Podnikavost bývá člověku dána, ale lze si ji také osvojit. Tuto vlastnost lze využít ve všech sférách lidské aktivity. Dělí se na:

- Dispozice - označují výkonový potenciál nazývaný jako znalosti, kompetence, nebo know-how.
- Schopnosti – jsou trvalejšího rázu, převážně vrozené (rozumová inteligence, sociální inteligence apod.).
- Vědomosti – pasivní znalosti o podnikání.
- Dovednosti – naučené vzorce chování získané tréninkem, jinak řečeno je to aplikace vědomostí při řešení konkrétních problémů.
- Osobní vlastnosti, které charakterizují osobnost podnikatele. Zde se řadí dva druhy vlastností:

- a) Nespecifické – všeobecné, např. temperament, charakter.
- b) Specifické – typické osobní vlastnosti, které ovlivňují úspěch podnikatele. [8]

## Úspěch

Posuzování úspěchu je velmi složité, vždy záleží na hledisku pozorovatele a na všeobecné společenské situaci. Dá se říct, že je to pozitivní výsledek snahy jednotlivce nebo skupiny o dosažení určitého cíle. Úspěch znamená úplné nebo alespoň částečné dosažení plánovaného cíle. Může být ovšem relativní v čase. To co se jeví jako úspěšné, se může v průběhu času jevit jako neúspěch a stejně to platí naopak. Mimo to se může jednat i o subjektivní dojem. Co se jeví někomu jako úspěch, jinému člověku se může zdát neúspěšné a naopak.

## 1.2 Definice podniku a podnikání

Obchodní zákoník definuje podnikání jako soustavnou činnost prováděnou samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku.

Podnikatelem může být fyzická osoba a osoba právnická (obchodní společnosti). [4]

Podle obchodního zákoníku je podnikatelem:

- Osoba zapsaná v obchodním rejstříku.
- Osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění.
- Osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů.
- Fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.

Obchodní zákoník rozlišuje povinný a dobrovolný zápis do obchodního rejstříku.

Do obchodního rejstříku se povinně zapisují obchodní společnosti (veřejná obchodní společnost, komanditní společnost, společnost s ručením omezeným a akciová společnost), dále všechna družstva a ostatní právnické osoby, u kterých to určí zákon (např. státní podniky, státní peněžní ústavy apod.). Povinný zápis do obchodního rejstříku platí i pro zahraniční fyzické nebo právnické osoby, které chtějí pracovat na našem území. [2]

Tuzemské fyzické osoby se povinně zapisují do obchodního rejstříku jen, pokud tak určí zvláštní zákon.

Obchodní rejstřík je veřejný seznam, do kterého se zapisují zákonem stanovené údaje týkající se podnikatelů, popřípadě jiných osob, u nichž to stanoví zvláštní zákon.

I v tomto případě existuje řada výkladů, které závisí na hledisku, podle něhož je pojem podnik interpretován: [6]

- Nejobecněji je podnik subjekt, ve kterém dochází k přeměně vstupů na výstupy.
- Obsáhleji je podnik vymezen jako ekonomicky a právně samostatná jednotka, která existuje za účelem podnikání. S ekonomickou samostatností, která je projevem svobody v podnikání, souvisí odpovědnost vlastníků za konkrétní výsledky podnikání. Právní samostatností rozumíme možnost podniku vstupovat do právních vztahů s jinými tržními subjekty.
- Právně je podnik definován jako soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit [Obchodní zákoník]. [7]

### 1.2.1 Znak podniky

Ve světové odborné literatuře se lze setkat s různými definicemi podniku. E. Gutenberg charakterizoval podstatu podniku třemi všeobecnými znaky nezávislými na uplatňovaném hospodářském systému a třemi specifickými znaky. [3]

Znak podniky podle E. Gutenberga

- 1) Všeobecné znak podniky:
  - a) Kombinace výrobních faktorů.
  - b) Princip hospodárnosti.
  - c) Princip finanční rovnováhy.
- 2) Specifické znak podniky:
  - a) Princip soukromého vlastnictví.
  - b) Princip autonomie.
  - c) Princip ziskovosti.

Ke všeobecným znakům podniku patří:

- Kombinace výrobních faktorů – jen taková jednotka je podnikem, v níž se účelně kombinují faktory (práce, stroje, zařízení, zásoby apod.) vzhledem k požadovaným výstupům podniku.
- Princip hospodárnosti vyjadřuje snahu podniku pracovat co nejhospodárněji:
  - a) Maximalizaci výstupu.
  - b) Maximalizaci vstupu.
  - c) Optimalizaci vztahu mezi vstupy a výstupy.
- Princip finanční rovnováhy se projevuje ve schopnosti podniku plnit své platební povinnosti (v dané výši a v daných termínech).

Mezi specifické znaky podniku se řadí: [3]

- Princip soukromého vlastnictví – vlastník podniku si vyhrazuje právo přímo nebo nepřímo se zúčastňovat na řízení podniku.
- Princip autonomie - vyjadřuje svobodu a nezávislost podnikatelské činnosti.
- Princip ziskovosti - vyjadřuje nutnost zisku jako výsledku podnikatelské činnosti.

### 1.3 Formy podnikání

Podnikat je možné na základě zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, zákona č. 513/1991 Sb. Obchodního zákoníku ve znění pozdějších předpisů, zákona č. 40/1964 Sb. Občanského zákoníku v novelizačním znění.

Pro posouzení formy podnikání je důležitá ekonomická analýza podnikatelského záměru. Z té vyloučí i volba podnikatelské formy. Podnikání může mít formu podniku jednotlivce, obchodní společnosti, družstva a sdružení. [6]

#### 1.3.1 Obchodní společnosti

- a) Společnost s ručením omezeným (s.r.o.).

Společnost s ručením omezeným je jedna z nejrozšířenějších obchodních společností na našem území, protože poskytuje svým společníkům řadu výhod (omezené ručení, možnost existence více jednatelů, kontinuita podnikání i v případě smrti společníka, aj.).

Celý proces založení s. r. o. až po její je shrnut v následujících krocích: [8]

- Založení společnosti s ručením omezeným.
- Splacení základního kapitálu, resp. jeho části a získání souhlasu vlastníka nemovitosti s umístěním sídla právnické osoby.
- Získání příslušných živnostenských, popř. jiných podnikatelských oprávnění.
- Podání návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku.
- Vznik společnosti.

### **1. krok**

Založení společnosti s ručením omezeným.

Společnost se zakládá sepsáním a následným podepsáním zakladatelského dokumentu.

Rozlišují se dva druhy těchto dokumentů:

- Společenská smlouva, která se používá tehdy, je-li více zakladatelů.
- Zakladatelská listina, kterou je nutné sepsat v případě jediného zakladatele.

V obou případech zákon vyžaduje formu notářského zápisu, který vyhotoví notář.

Zákon nejen že požaduje formu notářského zápisu, ale stanovuje i podstatné náležitosti zakladatelského dokumentu.

Podle zákona mají být v zakladatelském dokumentu obsaženy následující body:

- Firma společnosti

Firma je název, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku. Tento název si každý podnikatel volí sám, avšak nesmí být stejný nebo podobný s názvy firem, které jsou již v obchodním rejstříku zapsány. Současně musí firma společnosti obsahovat označení např. „společnost s ručením omezeným“ nebo „spol. s.r.o.“, popř. „s.r.o.“

- Sídlo společnosti

Sídlo společnosti se v zakladatelském dokumentu definuje pouze obecně s názvem obce. Může se stát, že sídlo společnosti je v budově, kterou nevlastníme, v takovém případě je potřeba souhlas vlastníka nemovitosti. V dnešní době existuje i možnost pronajmout si virtuální sídlo, kdy nám specializovaná společnost zajistí sídlo i souhlas s jeho poskytnutím od vlastníka.

- Určení společníků

Společníky mohou být jak fyzické tak i právnické osoby. V případě společníků fyzických osob je nutno uvést jméno a bydliště takovéto osoby. U společníků právnických osob se pak uvádí firma a sídlo této osoby.

- Předmět podnikání

Předmět podnikání uvádí OSVČ a také se uvádí v případě zakládání obchodní společnosti. Předmět podnikání souvisí s živnostenským oprávněním, tudíž se jako předmět podnikání vybírá z různých možných živností.

Seznamy živností se nachází v člancích o živnosti volné, vázané, řemeslné a živnosti koncesované. Předmětem podnikání může být například poskytování služeb osobních i profesních, stavebnictví a řemesla, pohostinství a ubytování, vzdělávání, věda a výzkum, potravinářství, zdravotnictví, sport a podobně. Někdy se můžeme setkat s pojmem předmět činnosti. Ten znamená totéž co předmět podnikání, ale uvádí se u organizací, které se nezakládají za účelem podnikání, jako například nadace.

- Výše základního kapitálu

Společnost s ručením omezeným musí mít podle zákona kapitál ve výši alespoň 200 000 Kč. Na základním kapitálu společnosti se může každý společník účastnit pouze jedním vkladem. Výše vkladu společníka musí činit alespoň 20 000 Kč. Výše vkladu může být pro jednotlivé společníky stanovena rozdílně, musí však být dělitelná na celé tisíce. Celková výše vkladů musí souhlasit s výší základního kapitálu společnosti. Mají-li být poskytnuty nepeněžité vklady na splacení vkladu, musí být ve společenské smlouvě nebo v písemném prohlášení o zvýšení vkladu nebo v prohlášení o převzetí vkladu uveden předmět nepeněžitého vkladu a částka, kterou se započítává na vklad společníka.

- Jména a příjmení prvních zakladatelů

U každého jednatele se zapisuje i způsob jakým jménem společnosti jednají

- Určení správce vkladu

Správce vkladu spravuje vklady v období mezi založením a vznikem společnosti

## **2. krok**

Splacení základního kapitálu, resp. jeho části.

Po řádném sepsání zakladatelského dokumentu následuje splácení základního kapitálu, resp. jeho části. Nejdříve musí být určen správce vkladu a zpravidla zřízen bankovní účet



na jeho jméno. Výši základního kapitálu i způsob vkladu stanoví zakladatelský dokument. K tomu, aby bylo možno podat návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku, musí být splaceno celé emisní ážio a na každý peněžitý vklad musí být splaceno nejméně 30%. Současně musí být splněno, že celková výše splacených vkladů (peněžitých i nepeněžitých dohromady) musí činit alespoň 100 000 Kč. Nepeněžité vklady musí být ohodnoceny soudním znalcem a musí být splaceny v plné výši před zápisem společnosti do obchodního rejstříku. Tyto podmínky však platí pouze pro případ více zakladatelů. Je-li zakladatel pouze jeden, musí být splacen základní kapitál v plné výši. [7]

### **3. krok**

Získání příslušných živnostenských, popř. jiných oprávnění.

Tyto dokumenty bývají nezbytnou součástí podání návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku.

### **4. krok**

Podání návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku

Návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku podepisují všichni jednatelé a je nutno jej podat do 90 dnů od založení společnosti nebo od okamžiku udělení živnostenského oprávnění. Tento návrh by měl obsahovat i přílohy, jakými jsou např. společenská smlouva, resp. zakladatelská listina, oprávnění k podnikatelské činnosti, aj.

### **5. krok**

Vznik společnosti.

Po podání návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku zbývá vyčkat 5 pracovních dnů, v rámci kterých musí rejstříkový soud o zápisu rozhodnout. V případě kladného rozhodnutí vzniká společnost zápisem do obchodního rejstříku. Od tohoto data běží 30ti denní lhůta k registraci u příslušného správce daně, a pokud má společnost zaměstnance, tak i 8 denní lhůta k registraci u okresní správy sociálního zabezpečení a zdravotní pojišťovny. [7]

V dnešní době má každý podnikatel spoustu jiných možností, jak podnikat pod záštitou společnosti s ručením omezeným. Tyto možnosti bývají pro podnikatele mnohem pohodlnější, jelikož ušetří čas a procesem založení s. r. o. nemusí procházet sám osobně. Podnikatel si může vybrat společnost z široké nabídky, která mu nabízí tzv. ready made společnosti nebo si může nechat společnost založit na základě svých požadavků, v tomto případě

mluvíme o koupi společnosti na klíč. Tyto společnosti jsou založeny odborníky, kteří se v oblasti zakládání společností pohybují a nehrozí tak, že by společnost byla špatně založena.

b) Veřejná obchodní společnost

Veřejná obchodní společnost patří mezi osobní obchodní společnosti. Jedná se o nejjednodušší typ obchodní společnosti. Všichni společníci ručí celým svým majetkem společně a nerozdílně za závazky společnosti. Veřejnou obchodní společnost musí založit alespoň dva společníci, mohou to být jak fyzické tak i právnické osoby. [6]

c) Komanditní společnost

Komanditní společnost je kombinací osobní společnosti a kapitálové společnosti. Někteří její společníci (komplementáři) ručí za závazky celým svým (i osobním) majetkem, někteří společníci (komanditisté) ručí za závazky společnosti pouze do výše nesplaceného vkladu.

d) Akciová společnost

Akciová společnost je společnost, jejíž základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií. Akciová společnost je právní formou čistě kapitálové společnosti prakticky bez přítomnosti osobních prvků. Právní úprava akciové společnosti vychází z Obchodního zákoníku.

Obchodní zákoník definuje společný základ pro všechny obchodní společnosti v § 56 a následujících. Konkrétní úprava akciové společnosti je obsažena v § 154 a následujících.

e) Družstva

Družstvo je společenstvím neuzavřeného (předem nestanoveného) počtu osob založeným za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních anebo jiných potřeb svých členů. Družstvo musí mít alespoň pět členů; to neplatí, jsou-li jeho členy alespoň dvě právnické osoby. Právní úprava družstva vychází z Obchodního zákoníku, konkrétně z §221 a následujících. Každé družstvo je právnickou osobou a za porušení svých závazků odpovídá celým svým majetkem. Členové družstva za jeho závazky v obecném případě neručí. Výjimka může být upravena pouze ve stanovách družstva, členská schůze poté může rozhodnout o určité výši uhrazovacích poplatků pro některé členy na krytí ztrát družstva. [9]

### 1.3.2 Státní podnik

Státní podnik je podnik, který je založen státem či jeho organizační složkou. Vzniká zakladatelskou listinou. V čele státního podniku stojí většinou ředitel, kterého jmenuje zakladatel celého podniku. Kontrolním orgánem bývá dozorčí rada a představenstvo. Statutární orgán, známý například z akciové společnosti, zde neexistuje. Právní formu státní podnik v České republice poprvé zavedl zákon 88/1988 Sb. o státním podniku, s účinností od 1. července 1988. Novější verze zákona o státním podniku byly zveřejněny pod čísly 111/1990 Sb. a 77/1997 Sb. [9]

### 1.3.3 Podnik jednotlivce

Tento podnik vlastní, řídí a za podnikové závazky ručí, fyzická osoba – podnikatel. Výhodou podniku jednotlivce je pružnost při vedení podniku a jeho přizpůsobivost různým změnám. Nevýhodou je jejich úzké sepětí s osudem podnikatele, neomezené ručení veškerým svým majetkem, limitovaný přístup k dalším finančním zdrojům při růstu podniku, limitovaný nebo žádný přístup k velkým zakázkám, limitované schopnosti a dovednosti podnikatele. [9]

### 1.3.4 Sdružení

Několik osob se může sdružit, aby se společně přičinily o dosažení sjednaného účelu. Účelem sdružení může být buď sdílení společných zájmů (sportovní kluby, myslivecká sdružení) nebo obecně prospěšná činnost (poskytování sociálních služeb, vzdělávací a informační aktivity apod.). Sdružení vznikají uzavřením smlouvy a nemají způsobilost k právům a povinnostem. Každý z účastníků je povinen vyvíjet činnost k dosažení sjednaného účelu způsobem stanoveným ve smlouvě a zdržet se jakékoli činnosti, jež by mohla znemožnit nebo ztížit dosažení tohoto účelu. Členy sdružení mohou být fyzické i právnické osoby. [9]

## 2 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Pro zajištění řádného rozvoje podniku je nutno definovat cíle pro tak rozdílné oblasti jako je vývoj, výroba, odbyt a financování, a rovněž je nutno stanovit strategii k jejich dosažení. Výsledky tohoto plánovacího a rozhodovacího procesu jsou komplexní, a musí být proto obsaženy v jedné písemné studii (plánu). Tato studie se nazývá obchodní plán, podnikatelský plán nebo podnikatelská koncepce. [6]

Studie musí především obsahovat následující údaje o: [6]

- Vlastnících kapitálu.
- Vzdělání a zkušenostech vedoucích představitelů podniku.
- Tržní odhady.
- Informace o dosavadním rozvoji podniku.
- Finančním plánování.

Podnikatelské plány se obvykle skládají ze tří velkých dílčích částí:

- Popisná část – uvádějí se zde souvislosti, předpoklady a plánované aktivity.
- Číselná část – dokumentuje účinek předpokladů a aktivit na počet zaměstnanců podniku, obrat, investice, likviditu a zisky.
- Příloha – obsahuje studie trhu, podrobné výpočty, smlouvy, obrázky a další podklady.

### 2.1 Požadavky na podnikatelský plán

Zpracovaný podnikatelský plán má splňovat určité požadavky: [2]

- Být stručný a přehledný (jeho délka by neměla přesahovat padesát strojových stránek).
- Být jednoduchý a nezacházet do technických a technologických detailů (tj. má být srozumitelný pro bankéře a investory, což jsou zpravidla osoby bez hlubších technických základů).
- Demonstrovat výhody produktu či služby pro uživatele, resp. zákazníka (investoři oceňují tržně orientovanou podnikatelskou činnost).
- Orientovat se na budoucnost, tj. ne na to, čeho již firma dosáhla, ale na vystižení trendů, zpracování prognóz a jejich využití k charakteristice toho, čeho má být dosaženo.

- Být co nejméně optimistický a realistický (např. otevřené ohodnocení konkurence zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského plánu).
- Nebýt příliš optimistický z hlediska tržního potenciálu, neboť to snižuje jeho důvěryhodnost v očích poskytovatele kapitálu.
- Nebýt však ani příliš pesimistický, neboť při podceňování může být daný podnikatelský projekt pro investora málo atraktivní.
- Nezakrývat slabá místa a rizika projektu (i případné chyby, kterých se firma v minulosti dopustila). Jestliže totiž investor odhalí určité negativní faktory, které nejsou uvedeny v podnikatelském plánu, může to v jeho očích značně oslabit důvěryhodnost projektu. Naopak identifikace rizik a existence plánu korekčních opatření demonstruje připravenost manažerského týmu na zvládnutí případných problémů s využitím minulých zkušeností.
- Upozornit na konkurenční výhody projektu, silné stránky firmy a kompetenci manažerského týmu a to nejenom z hlediska nezbytných manažerských podnikatelských dovedností, ale i schopnost práce jako efektivního týmu.
- Prokázat schopnost firmy hradit úroky a splátky v případě užití bankovního úvěru k financování projektu.
- Prokázat, jak může poskytovatel kapitálu formou účasti získat zpět vynaložený kapitál s patřičným zhodnocením.

Závěrem je třeba uvést, že ani vysoká kvalita podnikatelského plánu nezaručuje úspěch projektu, neboť jde stále o rizikový projekt.

Kvalita přípravy projektu se projeví tím, že: [6]

- Zvyšuje naději úspěchu podnikatelského projektu a tím zlepšuje hospodářské výsledky firmy z dlouhodobého hlediska.
- Snižuje podstatně nebezpečí neúspěchu podnikatelského projektu, který by ohrozil vážně finanční stabilitu firmy a případně i její samotnou existenci.

Vzhledem k významnému vlivu kvality přípravy podnikatelského projektu a podnikatelského plánování na dosažení prosperity firmy v tržním prostředí je třeba, aby vedení dané firmy věnovalo zpracování podnikatelského plánu zaslouženou pozornost. Současně je potřeba říct, že zpracovaný podnikatelský plán nebude vzhledem k proměnlivosti podnikatelského okolí platit beze změny delší dobu. Je vhodné jej proto chápat jako stále živý

a vyvíjející se dokument, který je třeba neustále adaptovat a upravovat vzhledem k měnícím se podmínkám.

## 2.2 Náplň podnikatelského plánu

Podnikatelský plán by měl obsahovat tyto základní části: [2]

- Titulní strana a obsah – tzv. realizační resumé.
- Popis podniku.
- Charakteristiku firmy a jejich cílů.
- Organizaci řízení a manažerský tým.
- Přehled základních výsledků a závěrů.
- Finanční plán.
- Shrnutí a závěry.
- Přílohy.

### Titulní strana a obsah

Podává stručný obsah o podnikatelském plánu. Tato část je první, kterou má kdokoliv před sebou, proto je nutné, aby byla provedena co nejlépe.

Součástí titulní strany by mělo být:

- Název a sídlo společnosti,
- Jména podnikatelů a kontakty.
- Popis podniku a povaha podnikání.
- Charakteristika produktu, které jsou náplní podnikatelského projektu.
- Způsob financování a jeho struktura.

Tento stručný souhrn je sice první částí podnikatelského plánu, měl by se však zpracovat až v samém závěru.

### Popis podniku

Zde se uvádí podrobný popis podniku. Charakterizují jeho velikost, možnosti a cíle.

Klíčovými prvky v této části jsou:

- Podnikatelský záměr a přehled nabízených služeb.
- Umístění a cílový trh.

- Průprava podnikatelů.
- Cíle a strategie.

### **Organizace řízení a manažerský tým**

Tato část podnikatelského plánu by měla obsahovat:

- Organizační schéma s vymezením pravomoci a odpovědnosti jednotlivých manažerů.
- Charakteristiku klíčových vedoucích pracovníků z hlediska jejich rolí, věku, dosažených výsledků, zkušeností, současných i budoucích přínosů pro firmu.
- Politiku odměňování těchto pracovníků včetně uvedení platové úrovně.
- Vymezení dlouhodobých záměrů a cílů.
- Stanovení klíčových řídicích pozic, které musejí být obsazeny v příštích dvou až třech letech se specifikací požadovaných dovedností a zkušeností.

### **Přehled základních výsledků a závěrů**

V této části podnikatelského plánu jsou shrnuty základní výsledky a závěry technicko-ekonomické studie týkající se:

- Výrobního programu, resp. poskytovaných služeb tvořícího náplň projektu.
- Analýzy trhu a tržní konkurence.
- Marketingové strategie.
- Velikosti výrobní jednotky, technologie, výrobního zařízení a základních materiálů.
- Umístění výrobní jednotky.
- Pracovních sil.
- Finančně-ekonomických analýz a finančních plánů.
- Analýzy rizika projektu.

### **Finanční plán**

Ukazuje, jakou budu mít potřebu investic a na kolik je podnikatelský plán ekonomicky reálný. Finanční plán obsahuje tyto body:

- Zjištění potřeby počátečního kapitálu.
- Počáteční rozvahu.
- Plán nákladů.

- Plán tržeb.
- Plán cash-flow.
- Zhodnocení plánovaných výsledků.

### **Shrnutí a závěry**

Závěrečná část podnikatelského plánu by měla obsahovat jednak shrnutí základních aspektů rozvedených v jednotlivých oddílech tohoto plánu, jednak časový plán realizace podnikatelského projektu. Ve shrnutí by se měla pozornost zaměřit především na:

- Celkové strategické zaměření projektu s uvedením koordinace všech jeho aspektů tak, aby byly splněny dlouhodobé cíle firmy.
- Zdůvodnění očekávaného úspěchu projektu se zvláštní pozorností na přínos manažerského týmu k tomuto úspěchu.
- Uvedení jedinečných rysů firmy.
- Stanovení požadavků na kapitálové zajištění podnikatelského projektu.
- Procentní podíl vlastnictví firmy v rukou jejich zakladatelů.

### **Přílohy**

V přílohách podnikatelského plánu je možno uvést např. výpisy z obchodního rejstříku, životopisy klíčových osobností firmy, fotografie, resp. výkresy výrobků, výsledky průzkumu trhu, výsledky propagačních akcí, technologické schéma výroby, rozvahy a toky hotovosti, výsledky analýzy citlivosti projektu, propočty kritických bodů, reference významných osobností aj.



## ZÁVĚR TEORETICKÉ ČÁSTI

V teoretické části mé práce jsem za pomoci literatury popisoval, jaké jsou typické znaky podniku. Uvedl jsem a popsal nejčastější formy podnikání s tím, že jsem se nejvíce zaměřil a nejpodrobněji popsal jednu z obchodních společností a to společnost s ručením omezeným, jelikož můj podnik bude mít tuto právní formu. Popisuji zde všechny kroky a postupy při zakládání společnosti a její náležitosti, které musí být obsaženy v zakladatelském dokumentu.

Poté je práce zaměřena na samostatný podnikatelský plán. Jsou zde uvedeny kroky, které by se měly dodržovat při sestavování podnikatelského plánu. V literaturách se tyto kroky mohou lišit, jelikož každý autor považuje jisté kroky za přednější nebo méně přednější a nebo má úplně odlišný přístup. Proto jsem vybral postup, který mi se jeví jako nejlepší a proto se v praktické části řídím postupy, které jsem zde sepsal.

Po těchto částech následuje praktická část této práce. Zde jsem využil všechny poznatky, které jsem nabyl v teoretické části. Všechno pak aplikuji na konkrétní podnik, který chci založit.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

### 3 PODNIKATELSKÝ PLÁN

V této části se uvádí zpracování konkrétního podnikatelského plánu na založení nového podniku. Jsou zde využity informace uvedené v teoretické části této práce.

#### 3.1 Titulní strana

**Název firmy:** Les Athlètes

**Místo podnikání:** V blízkosti centra města, Bartošova 756, Zlín

**Společníci:** Jakub Atarsia, Tylova 902, Otrokovice 765 02

Adam Atarsia, Tylova 902, Otrokovice 765 02

**Popis podniku:** hostinská činnost, příprava pokrmů

#### **Způsob financování a jeho struktura:**

Jednateli budou oba společníci, každý se stejným podílem. Jakub Atarsia 50% a Adam Atarsia 50%. Základní kapitál bude vložen stejným dílem a to v celkové výši 500 000 Kč. V okamžiku založení vloží každý společník 250 000 Kč v podobě peněžních i hmotných vkladů.

#### 3.2 Analýza trhu

Výzkumná agentura Data Servis realizovala koncem loňského roku výzkum mapující budoucí vývoj na českém a slovenském trhu mezi gastro provozovny. Jak hodnotí gastronomické podniky své podnikatelské prostředí v uplynulém roce se pokoušel zjistit výzkumu Vize ontrade. Formou dotazníkového šetření přes internet bylo dotázáno 300 majitelů nebo provozních z českých podniků a 200 ze slovenských podniků. Výsledky šetření byly rozděleny do několika následujících bodů: [14]

#### **Návštěvnost**

Návštěvnost se v České republice v roce 2012 proti roku 2011 snížila ve 48 % provozoven, kterým podle majitelů a provozních ubylo průměrně 24 % zákazníků. Velká část podniků na tento pokles nereagovala, ale pokud ano, tak pořádaly různé promoakce a snižovaly ceny. Každý sedmý respondent tvrdil, že se návštěvnost jejich provozovny zvýšila. Na Slovensku byla situace obdobná. Návštěvnost se snížila ve 49 % provozoven, tyto provozovny navštívilo o zhruba 26 % návštěvníků méně. Zde provozovny na pokles

návštěvníků většinou reagovaly pořádáním akcí, propouštěním personálu a snižováním cen. Podobně jako v Česku i na Slovensku 15 % respondentů potvrdilo vyšší návštěvnost.

### **Chování zákazníků**

Nejzásadnější změnou v chování návštěvníků je skutečnost, že si návštěvníci méně objednávají jak jídlo, tak i nápoje. Na této skutečnosti se shodla jedna třetina tuzemských podniků. Největší propady v konzumaci **byly zaznamenány** u lihovin (propad zaznamenalo 45 % podniků). Stejně je tomu i na Slovensku, kde menší objednávky zaznamenává v průměru 38 % podniků. Největší pokles je u objednávek lihovin, stejně jako u nás (47 %). V obou zemích je však zhruba desetina podniků, které zaznamenaly rostoucí objednávky v jídle a prodeji alkoholu, zhruba polovina podniků zhodnotila situaci mezi lety 2011 a 2012 jako identickou.

### **Stálí hosté**

Stálí hosté tvoří v ČR 54% návštěvníků. Nejčastěji se vracejí za dobrou obsluhou, příjemným prostředím, dobrou kuchyní a dobrým pivem. Na Slovensku tvoří stálí hosté 55% návštěvníků, nejčastěji se vracejí opět za dobrou obsluhou, dobrým prostředím, pak také za dobrým pivem a kuchyní.

### **Tržby**

Téměř 54 % českých provozoven hlásí za rok 2012 nižší tržby, ve srovnání s předchozím rokem. Pro 8 % provozoven je tento pokles tržeb existenčním problémem a uvažují o uzavření provozovny. Na druhou stranu 17 % podniků ohlásilo vyšší tržby než v roce 2011.

### **Náklady**

Čtvrtině českých provozoven se podařilo v roce 2012 snížit náklady, a to hlavně u dodavatele na vstupních cenách zboží a dále na personálu. Slovensko se v tomto případě opět téměř neliší. V době krize projeví českým provozovnám největší vstřícnost dodavatelé piva a dodavatelé nealko nápojů. Největší rozdíl mezi oběma zeměmi je ve vnímání kvality personálu. V Česku je v tomto ohledu nespokojeno 21 % majitelů gastronomických provo-

zoven. Oproti Česku je ve Slovenské republice s kvalitou personálu nespokojeno jen 10 % provozních nebo majitelů. Obě země ale uváděly, že kvalita personálu v době krize zůstala stejná.

### **Změny**

Stejně jsou i plány pro rok 2013. Zhruba 34 % českých provozoven chystá nějaké změny – uzavírání provozoven, rekonstrukce, a změnu jídelníčku. Provozovny v České republice přemýšlejí o rozšíření nabídky o míchané nápoje, piva, vína a nealko speciality. Naopak snížit nabídku chce 37 % podniků, omezily by dražší lihoviny a džusy. Slovenské provozovny mezi změnami uvádějí nejčastěji zvětšení kapacity, úpravu interiéru, nebo celkovou rekonstrukci.

### **Výhledy**

Jednoduše řečeno, lepší rok pro svou provozovnu letos téměř nikdo nečeká. Optimismus se nicméně pojí hlavně s návštěvností, 4 z 10 dotázaných v obou zemích očekávají vyšší návštěvnost a vyšší tržby. Zhoršení v tomto směru očekává 16 % českých a 19 % slovenských podniků.

#### **3.2.1 Odvětví**

Pohostinství v rámci historického vývoje můžeme chápat jako veškerou činnost spojenou s poskytováním ubytování a občerstvení.

Nově zakládaná společnost Les Athlètes se bude zaměřovat na cílovou skupinu zákazníků, jež bude tvořena lidmi střední generace. Tito lidé pracují, vydělávají, také cestují a poznávají cizí země i jejich tradice, včetně gastronomie. Trend stárnutí populace je typický pro cestovní ruch i pohostinství. Současně je tato generace velmi aktivní, chtějí se chodit bavit a odreagovat. Jejich počet poroste. Navíc pro ně není širší nabídka v takové podobě, kterou budeme nabízet.

Odvětví pohostinství je odvětvím, které je vystaveno značné konkurenci jak u nás, tak v zahraničí. Naším cílem bude přistupovat k pohostinství odlišným způsobem, než je v České republice zvykem.

Restaurace bude tematicky zaměřená na oblast Provence ve Francii. Provence je jedna z nejkrásnějších a turisticky nejatraktivnějších oblastí Francie. Také spousta tuzemských

turistů tuto oblast navštěvuje a rádi si své vzpomínky osvěží v restauraci, která bude připomínat jejich dovolenou. Spousta francouzských specialit pochází právě z této oblasti. Interiér našeho podniku, stejně jako jídelníček a nápojový lístek, bude řešený v provencalském stylu.

### 3.2.2 Konkurence

Náš podnik bude sídlit ve Zlíně, kde mu konkuruje několik restaurací a barů. Mezi hlavní konkurenci patří:

*Chelsea Pub*: Lešetín 674, 760 01 Zlín. Interiér restaurace je proveden v anglickém stylu, pub nabízí 6 druhů pív a pořádá studentské akce.

*Potřefená Husa*: Tř. T. bati 201, 760 01 Zlín. Podnik má letní zahrádku, zdarma bezdrátové připojení k internetu. Nabízí spoustu druhů káv, míchaných nápojů, omezenou nabídku jídel a také dárkové kupóny v hodnotě 500 Kč a 1000 Kč.

*Canada Pub*: Gahurova 5265, 760 01 Zlín. Tato restaurace nabízí svým zákazníkům 7 druhů pív, pivo z tanku, 2 letní zahrádky a také sledování sportovních přenosů na několika obrazovkách.

Hodnocení konkurence:

Při hodnocení konkurence vyplývá, že zmíněné podniky disponují rozsáhlým sortimentem nápojů a také kvalitních jídel. Jejich možnou nevýhodou je, že nejsou nijak tematicky zaměřené. V jejich jídelním a nápojovém lístku nenacházíme produkty z dané země, kam nás odkazuje název podniku. Jedinou výjimkou je Chelsea Pub, který má interiér provedený v anglickém stylu, ovšem nabídka nápojů a jídel již anglická není.

### 3.2.3 Zákazníci

Našimi zákazníky budou především lidé ze Zlína, a dále i lidé z blízkého okolí jako jsou Otrokovice, Vizovice, Uherské Hradiště.

## 3.3 Popis výrobku

Francouzská kuchyně je styl vaření pocházející z Francie, který se vyvíjel celá staletí. Sýr a víno jsou hlavní součástí kuchyně, představují rozmanité role na regionální a národní úrovni s mnoha variacemi. Gastro cestovní ruch a Michellinův průvodce pomohl seznámit lidi s bohatou měšťanskou a venkovskou kuchyní Francie. Způsob přípravy jídel

francouzské kuchyně významně ovlivnil kuchyně většiny západních zemí a jejich kritéria jsou používána téměř všemi západními kuchařskými školami. V listopadu roku 2010 byla francouzská gastronomie přidána organizací UNESCO na světový seznam nemateriálního kulturního dědictví UNESCO.

Francouzská kuchyně se mění v závislosti na ročním období. V létě jsou oblíbené saláty a ovocné mísy. Lovecká sezóna začíná v září a trvá do února. Jedí se všechny druhy zvěřiny, často ve složitých pokrmech, které slaví úspěch lovu. Na přelomu zimy a jara jsou na vrcholu korýši a ústřice, kteří se objevují v restauracích ve velkém množství. Francouzská regionální kuchyně obvykle používá místní zeleninu, například brambory, zelené fazole, mrkev, pórek, lilek, cuketu, šalotku. Mezi běžně používané ovoce patří pomeranče, rajčata, mandarinky, broskve, meruňky, jablka, jahody, hroznové víno aj. Mezi používané druhy masa patří kuře, holub, krocan, kachna, husa, hovězí, telecí, jehněčí, skopové, králík, křepelka, žabí stehýnka a šneci. Běžně konzumované ryby a mořské plody zahrnují tresky, sardinky, tuňák, losos, mušle, krevety a kalamáry. Vztah k chutnému jídlu má zde výsadní roli a každý Francouz také zná zásady správné přípravy pokrmů.

I když se situace na našem trhu co se týká nabídky surovin zlepšila, nelze francouzskou kuchyni provozovat ve stejném rozsahu jako ve Francii. Restaurace bude mít klubové zaměření a vzhledem ke všem těmto aspektům bude nabídka jídel omezená. Skládat se bude z teplé i studené kuchyně, kdy se bude nabízet vždy omezený sortiment. Tím se docílí kvality pokrmů a jednotné nabídky. Budou se nabízet francouzské sýry a jiné speciality, včetně francouzských vín a destilátů. V nabídce bude pořádání tematických večerů, ochutnávek, rodinných oslav, svateb, bude možné zakoupit dárkové poukazy. Pro dokreslení atmosféry se předpokládá spolupráce se studenty konzervatoří a hudebních škol, kteří by hráli typickou francouzskou hudbu. Tato spolupráce je výhodná pro obě strany. Podnik ušetří náklady a studenti se budou moci zviditelnit formou brigády.

### 3.4 Výrobní plán

Z tuků používá většina Francouzů na přípravu jídel olivový olej. Máslo se přidává k pokrmům jen v čerstvém stavu. Masa se často připravují se žampiony nebo lanýži. Při podlévání se hojně používá víno, někdy se do něj maso přímo nakládá. Při tepelné úpravě jídel převládá ve francouzské kuchyni zdravé dušení ve vlastní šťávě nebo ve víně. Hodně se využívá flambování. Velkou tradici pak mají i marinované pokrmy ze zvěřiny.

Drůbeží maso se před tepelnou úpravou často nakládá do nálevu z oleje, rajčat, malých cibulek a majoránky. Ke zvýraznění chuti jídel se používá i velké množství koření a bylinek.

### **3.5 Výrobní strategie**

Pokrmu budou připravovány a podávány zvykovým způsobem typickým pro Francii. Jídelní lístek bude složen tak, aby byly pokrmy co nejrychleji připraveny, aniž by ztratily svou chuť. Cílem je, aby zákazník čekal co nejkratší chvíli na své jídlo a aby se nevyskytovaly zbytečné prostoje.

### **3.6 Výrobní metody**

Každý pokrm bude připravován zvlášť, bude se tedy jednat o kusovou výrobu. Kuchař bude každé z jídel připravovat podle daných receptů, se kterými byl seznámen před zahájením činnosti a které mu budou k dispozici. U každého jídla bude dodržován stejný postup, aby byly jídla stejná, jako když si je objednáme v restauraci ve Francii, tyto postupy nebude možno jakýmkoli způsobem měnit.



## 4 ORGANIZAČNÍ PLÁN

### Právní forma podniku

Byla zvolena společnost s ručením omezeným. Výše základního kapitálu je stanovena minimálně na 200 000 Kč, minimální vklad společníka musí činit 20 000 Kč. Za závazky společnosti ručí společníci do výše souhrnu nesplacených částí vkladů všech společníků.

### Vedení podniku

Podnik řídí dva společníci Jakub a Adam Atarsia, kteří jsou zároveň jednateli společnosti. Oba mají 50 - ti % podíl ve firmě, za společnost rozhodují společně. Smlouvy podepisují po vzájemné dohodě.

### Organizační struktura a zaměstnanci, pracovní doba

Budu zaměstnávat 4 zaměstnance:

- kuchaře,
- dva číšníky,
- pomocníka v kuchyni.

Zaměstnanci se budou vyhledávat z uchazečů na Úřadu práce, čímž se získají příspěvek na jejich mzdy a ušetří se mzdové náklady v počátku podnikání. Dále plánuji uzavření smlouvy se školami na zaměstnání jejich studentů pro praxi. Tímto krokem získám pomocné pracovníky a zároveň jim nemusím vyplácet plat. Nejobtížnější bude obsadit pozici kuchaře, protože je vyžadována praxe a zkušenosti. Samozřejmostí je práce společníků přímo v provozovně, čímž se zvýší stav pracovníků na šest.

## 5 MARKETINGOVÝ PLÁN

### 5.1 Marketingový mix

Marketingový mix reprezentuje strategickou pozici produktu na trhu pomocí 4 parametrů, které firma používá k tomu, aby usilovala o dosažení svých cílů.

- **Cena** - hodnota výrobku pro zákazníka, vyjádřená v penězích, za kterou se produkt prodává.
- **Distribuce** - přemístění výrobku od výrobce k zákazníkovi. Jak se spotřebitel o produktu dozví.
- **Výrobek** - uspokojuje potřeby zákazníka a označuje nejen samotný výrobek nebo službu, ale také sortiment, kvalitu, design, obal, image výrobce a další faktory, které z pohledu spotřebitele rozhodují o tom, jak produkt uspokojí jeho očekávání.
- **Propagace** – zabývá se propagací výrobků či služeb. Tedy kde a jak se bude produkt prodávat.

#### 5.1.1 Cena (price)

Při tvorbě ceníku našich služeb bych se chtěl inspirovat hlavními konkurenty. Ceny bych srovnával nejen s podniky ve Zlíně, ale také v blízkém okolí. Hlavní bude stanovit ceny tak, aby byly optimální pro naše zákazníky a současně pokryly náklady a vytvořily zisk. Cena nemůže být příliš nízká, aby se udržela určitá úroveň podniku, ale také ne příliš vysoká, aby zajistila klientelu.

#### 5.1.2 Místo (place)

Podnik se bude nacházet v hlavním městě Zlínského kraje ve Zlíně. Zlín je jak podnikatelské město, tak zároveň známé univerzitní město. Mým cílem je zde zaujmout stabilní místo a získat věrné zákazníky.

#### 5.1.3 Výrobek (product)

Produktem podnikání bude poskytování služeb v oblasti pohostinství. Přesněji nabídka typických jídel z francouzské kuchyně. Pro zpestření a zpříjemnění atmosféry bude v restauraci hrát tematicky laděná živá hudba. Dále se budou pořádat ochutnávky, akce na objednávku pro firmy i soukromé osoby, oslavy svatby aj.

### 5.1.4 Propagace (promotion)

Nejdříve bude potřeba se zaměřit na reklamu ještě před otevřením podniku. Pro její šíření reklamy se využije dvou služeb, a to internet – s internetem přichází denně do styku každý z nás, proto budu chtít umístit reklamu na regionální internetové stránky, dále vytvořím skupinu na sociální síti Facebook, kde se budou denně aktualizovat naše stavy a komunikovat se zákazníky. Druhou službu, kterou budu využívat je tisk – zde se soustředíme na regionální deníky jako je Zlínský deník, Sedmička, Otrokovické noviny a 5+2 dny. Budou vytištěny letáky, které se distribuují do poštovních schránek.

## 5.2 SWOT analýza

Tab. 3. SWOT analýza podniku

<p>Silné stránky:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jednotné zaměření včetně vybavení i nabídky.</li> <li>- Jednoduché menu.</li> <li>- Nabídka studené kuchyně.</li> <li>- Kvalifikovaný a ochotný personál.</li> <li>- Přístup k zákazníkům.</li> <li>- Živá hudba.</li> <li>- Pořádání tematických večerů, ochutnávky.</li> <li>- Wi-fi připojení.</li> </ul>	<p>Příležitosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modernizace podniku.</li> <li>- Rozšiřování okruhu zákazníků.</li> <li>- Nabídka oslav, svateb.</li> <li>- Rostoucí zájem českých turistů o region.</li> <li>- Zapojení se do společné reklamy.</li> </ul>
<p>Slabé stránky:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nový neznámý podnik.</li> <li>- Závislost na surovinách ze zahraničí.</li> <li>- Mladý věk zakladatelů.</li> </ul>	<p>Hrozby:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prvotní nedůvěra zákazníků.</li> <li>- Silná konkurence.</li> <li>- Stagnace ekonomického růstu v regionu.</li> <li>- Růst nezaměstnanosti.</li> <li>- Růst cen vstupů.</li> <li>- Přecenění zájmů zákazníků.</li> <li>- Nedostatek kvalitního personálu.</li> <li>- Zvyšování daňového zatížení.</li> </ul>

## 6 FINANČNÍ PLÁN

### 6.1 Zjištění počátečního kapitálu

Oba společníci vloží do podniku 250 000 Kč. Z částky 500 000 Kč bude pořízen potřebný majetek ve výši 350 000 Kč, dále nákup zboží a materiálu jako prvotní investice. Pro úspěšný rozjezd podniku investují peníze do reklamy a do tvorby webových stránek.

Tab. 4. Vklady a pořizovaný majetek v Kč

Vklady společníků	Cena v Kč
Peněžní prostředky	500 000
$\Sigma$	500 000
Pořizovaný majetek	350 000
Nákup zboží	80 000
Doplňkové zboží	20 000
Mobilní telefony	7 000
Reklama	25 000
Tvorba WWW	14 000
Čistící a hygienické prostředky	2 000
Svoz odpadu	2 000
$\Sigma$	500 000

### Dodavatelé

Dodavatelem nápojů bude firma:

#### **Maneo s.r.o.**

**Firma Maneo**, s.r.o. působí na trhu od roku 1996. Již od počátku se zaměřuje na zásobování gastronomických provozů, občerstvení a prodejen. Nabídku zboží neustále rozšiřuje. Sortiment zboží obsahuje několik tisíc položek z řad alkoholických, nealkoholických nápojů, vín, koloniálu, chlazených a mražených potravin, drogerie atd.

Ostatní dodavatelé budou vybráni na základě vyhodnocení stanovených ukazatelů (jakost, pružnost dodávek, dodací a cenové podmínky, ekologická vhodnost, čerstvost surovin apod.)

## 6.2 Počáteční rozvaha

Tab. 5. Počáteční rozvaha v Kč

AKTIVA (majetek)		PASIVA (zdroje)	
Stálý majetek		Vlastní zdroje	
Pořízený majetek	350 000	ZK	500 000
Oběžný majetek		Cizí zdroje	
Zásoby	111 000	Závazky	0
Pohledávky	39 000	Rezervy	0
$\Sigma$ Aktiva	500 000	$\Sigma$ Pasiva	500 000

### 6.3 Plán nákladů

Do nákladů jsem zařadil následující položky:

Tab. 6. Plán nákladů v Kč

Náklady podniku	2014	2015	2016
Nájem	600 000	600 000	600 000
Energie	180 000	198 000	217 000
Mzdy	1 300 000	1 350 000	1 450 000
Materiál	2 593 000	2 767 600	2 853 600
Telefony	70 000	60 000	50 000
Internet	4 600	3 600	3 600
Reklama	14 400	12 000	12 000
PHM	60 000	60 000	60 000
Svoz odpadu	2 000	2 000	2 000
Osobní náklady	480 000	510 000	550 000
Celkem	5 304 000	5 563 200	5 799 000
Měsíčně	442 000	463 600	483 250

Nájem zůstává po tři následující roky stejný vzhledem k tomu, že se nepředpokládá výrazný ekonomický růst ve státě i v regionu. Do energie jsem zahrnul 10-ti % meziroční nárůst. Ze stejného důvodu jako je uvedeno u nájemného, se předpokládá jen malý nárůst mezd. Ceny vstupních surovin se budou zvyšovat z důvodů inflace. Cena za mobilní telefony se bude snižovat vzhledem k tomu, že se tarify budou přibližovat k tarifům, které jsou běžné v Evropské unii a operátoři budou své ceny snižovat. Internet bude v prvním roce dražší z důvodu pořízení antény pro wi-fi připojení, dále se pak nepředpokládá nárůst cen internetu. Odhad cen pohonných hmot je velmi komplikovaný, ale jak současná situace ukazuje, nemusí dojít k jejich prudkému nárůstu. Do osobních nákladů jsem připočítal odměny pro oba společníky.

Tab. 7. Plánované výnosy podniku v Kč

Rok	2014	2015	2016
Výnosy	5 616 000	5 928 000	6 240 000

Tab. 8. Plánovaný výkaz zisků a ztrát v Kč

	2014	2015	2016
Tržby	5 616 000	5 928 000	6 240 000
Náklady	4 004 000	3 954 000	4 349 000
Mzdy vč. SZP	1 300 000	1 350 000	1 450 000
Provozní výnosy celkem	5 616 000	5 928 000	6 240 000
Provozní náklady celkem	5 304 000	5 563 200	5 799 000
Provozní HV	312 000	364 800	441 000
Základ daně z příjmu	312 000	364 800	441 000
Daň z příjmu za běžnou činnost	62 400	72 960	88 200
HV za běžnou činnost	249 600	291 840	352 800
Zisk	249 600	291 900	352 800

**Provozní hospodářský výsledek za rok 2014**

$$PHV = Výnosy - Náklady$$

$$PHV = 5\,616\,000 - 5\,304\,000 = 312\,000 \text{ Kč}$$

Splatná daň za rok 2013

$$SD = ZDzP * 0.2$$

$$SD = 312\,000 * 0.2 = 62\,400 \text{ Kč}$$

**Provozní hospodářský výsledek za rok 2015**

$$PHV = Výnosy - Náklady$$

$$PHV = 5\,928\,000 - 5\,563\,200 = 364\,800 \text{ Kč}$$

Splatná daň za rok 2014

$$SD = ZDzP * 0.2$$

$$SD = 364\,800 * 0.2 = 72\,960 \text{ Kč}$$

**Provozní hospodářský výsledek za rok 2016**

$$PHV = Výnosy - Náklady$$

$$PHV = 6\,240\,000 - 5\,799\,000 = 441\,000 \text{ Kč}$$

Splatná daň za rok 2015

$$SD = ZDzP * 0.2$$

$$SD = 441\,000 * 0.2 = 88\,200 \text{ Kč}$$



## ZÁVĚR

Někteří podnikatelé zastávají názor, že podnikatelské plány představují ne zcela nutnou práci a hodí se především pro větší podniky. Takové výroky neslyší investoři rádi. Pro většinu podnikatelů je však podnikatelský plán nezbytností. Svě myšlenky může podnikatel převést na papír, kde se svými nápady může dále pracovat. Zkušenost ukazuje, že další rozvoj podniku je promyšlen až tehdy, když byla jeho koncepce formulována také písemně. Poskytovatelé kapitálu očekávají, že podniky, do kterých budou investovat své peníze, mají podnikatelské plány, které kvalitně popisují podnikatelské cíle a strategie.

Úkolem bakalářské práce bylo zpracovat podnikatelský plán na založení podniku. Po pečlivém zvážení a prozkoumání místního trhu jsem se rozhodl založit restauraci ve francouzském stylu. Ve Zlíně se nacházejí restaurace v kanadském, anglickém, kubánském, mexickém a italském stylu, proto byla volba poměrně jasná. Mým cílem bylo se diferencovat od konkurence tím, že nabídnu a přiblíží návštěvníkům autentickou atmosféru francouzských krajín. Celá Francie se promítne jak do interiéru podniku, tak do jídelního a nápojového lístku.

Na začátku tvoří moji práci teoretická část, která se zaměřuje na základní pojmy týkající se podnikání. Jsou zde popsány jednotlivé právní formy podnikání. Také je zde uveden podrobný postup, jak sestavit podnikatelský plán.

Po ujasnění všech pojmů a sestavení postupů jsem se zabýval konkrétním podnikatelským plánem na založení restaurace-baru. Zde popisuji svůj podnikatelský záměr, zabývám se zhodnocením konkurence, organizačním, marketingovým a finančním plánem. Ve finančním plánu jsem sestavil zahajovací rozvahu, uvedl plánované tržby, výdaje, výkaz zisků a ztrát a provozní hospodářský výsledek.

Po zjištění všech informací lze tvrdit, že záměr je realizovatelný a podnik by mohl vykazovat zisk. Přesto je to pouze plán a teprve skutečná realita by ukázala, jestli bude projekt úspěšný. V současné době, která se vyznačuje ekonomickou nestabilitou i rychlými změnami v různých oblastech, je založení firmy vždy rizikové. Některá rizika lze eliminovat, omezit, ale některé vlivy jsou neovlivnitelné. Proto by se v případě nové firmy mělo postupovat vždy obezřetně a pečlivě zvažovat všechna možná rizika.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] KORÁB, V., M. REŽŇÁKOVÁ a J. PETERKA. *Podnikatelský plán*. Brno : Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [2] FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing, 1995. ISBN 80-85623-20-X.
- [3] Vejdělek, Jiří. *Jak založit nebo převzít nový podnik*. Praha: Grada Publishing, 1997. ISBN 80-7169-234-4
- [4] FOTR, J., D. POKORNÁ a A. BĚLOVSKÁ. *Podnikatelský plán*. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-812-1.
- [5] WUPPERFELD, Udo. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-075-9.
- [6] UWE, Struck. *Přesvědčivý podnikatelský plán*. Praha: Management Press, 1992. ISBN 80-85603-12-8.
- [7] VESELÝ, Ivo. *Zpracováváme podnikatelský plán*. Karviná: Slezská univerzita, 2000. ISBN 80-7248-079-0.
- [8] SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. Praha: Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-211-5.
- [9] BARROW, Colin. *Základy drobného podnikání*. Praha: Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-232-8.
- [10] SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1992-4.
- [11] FOTR, Jiří. *Strategické finanční plánování*. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN 80-7169-694-3.
- [12] WÖHE, G., KISLINGEROVÁ, E.: *Úvod do podnikového hospodářství. 2. přepracované a doplněné vydání*. Praha: C. H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-897-2.
- [13] KORÁB, V.; MIHALISKO, M. *Založení a řízení společnosti*. Brno: Computer Press, a. s., 2005. ISBN 80-251-0592-X.
- [14] ŠIMKOVÁ, Marcela. Gastro Trend: Vize restaurátérů pro tento rok. *Gastro Trend* [online]. 30.03.2012 [cit. 2013-02-08]. Dostupné z: <http://www.gastrotrend.cz/7-rubriky-clanky/90-podnikani-uzitecne/75-rozliseni-vin-dle-odrudy/2379-vize-restaurateru-pro-tento-rok.html>

## SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

SWOT Strengths, Weakness, Oportunities, Threats

ZK Základní kapitál

HV Hospodářský výsledek

ZDzP Základ daně z příjmu

SD Splatná daň

## **SEZNAM TABULEK**

*Tab. 1. Znaky podniku podle E. Gutenberga*

*Tab. 2. SWOT analýza podniku*

*Tab. 3. Vklady a pořizovaný majetek v Kč*

*Tab. 4. Počáteční rozvaha v Kč*

*Tab. 5. Plán nákladů v Kč*

*Tab. 6. Plánované výnosy podniku v Kč*

*Tab. 7. Plánovaný výkaz zisků a ztrát v Kč*

## SEZNAM PŘÍLOH

### Jídelní a nápojový lístek

#### Předkrmy / Entrées

**Závin z lilku s čerstvým sýrem Boursin/** 145 Kč  
Roulade d'aubergine au Boursin

**Uzený losos se sýrem "Cottage"/** 175 Kč  
Saumon fumé Maison et son fromage frais

**Talíř francouzských sýrů a uzenin 100g /** 67 Kč  
Assiette de fromage et charcuteries 100g / **Cena dle váhy /** prix au poids

**Degustační talíř předkrmů /** Degustation assiette d' entrée 200 Kč

#### Z grilu / Du grill

**Farmářské kuřecí prso i s křídlem 250g/** 155 Kč  
Suprême de poulet avec l'aile

**Hovězí steak 330g /** Steak de Boeuf 265 Kč

#### Omáčky / sauces

**Krémová omáčka/** 35 Kč  
Sauce a la creme

**Mornay/** 35 Kč  
Mornay

**Veloute/** 35 Kč  
Veloute

#### Hlavní jídla / Plats

**Telecí žebro pomalu pečené na olivách/** 185 Kč  
Plat de côtes de veau confit aux olives

**"Kohout na víně" / "Coq au vin"** 230 Kč

**Kachní prso na pomerančích s omáčkou z likéru/** 199 Kč

Magret de canard a l'orange	
<b>Králičí stehno plněné zeleninou/</b> Cuisse de lapin farçie aux légumes	165 Kč
<b>Dušený hovězí steak na sezonních houbách/</b> Tranches de boeuf braisé aux champignons de saison	210 Kč
<b>Cous-cous se zeleninou a dvěma druhy masa/</b> Cous-cous avec légumes et deux types de viandes	170 Kč
<b>Quiche a sendviče / Quiches et sandwiches</b>	
<b>Croque-monsieur (šunka, sýr Gruyère, bešamel), listový salát</b> Croque-monsieur (jambon, Gruyère, béchamel) salade verte	110 Kč
<b>Croque-madame (šunka, sýr Gruyère, rajčata, vejce, bešamel), listový salát</b> Croque-madame (jambon, Gruyère, tomate, oeuf, béchamel) salade verte	110 Kč
<b>Quiche Provençale (cuketa, lilek, olivy, tymián, vejce), listový salát</b> Quiche Provençale (courgette, aubergine, olives, thym, oeuf ) salade verte	90 Kč
<b>Domácí chléb s bayonskou šunkou, sázeným vejcem a sýrem Reblochon</b> Tartine de pain maison au jambon de Bayonne, oeuf au plat et Reblochon	80 Kč
<b>Vaječná jídla / Les plats d'oeufs</b>	
<b>Vejce Bénédicté na bramborové place se</b> <b>šunkou a holandskou omáčkou</b> Oeufs Bénédicté sur galettes de pommes de terre, saumon fumé, jambon et sauce hollandaise	85 Kč
<b>Farmářská omeleta se slaninou a brambory, listový salát</b> Omelette fermière au lard, pomme de terre et salade verte	80 Kč
<b>Omeleta se sýrem Munster a listový salát</b> Omelette au Munster et salade verte	75 Kč
<b>Polévky / Soupes</b>	
<b>Cibulová polévka / Soupe a l'oignon</b>	35 Kč
<b>Bramborová polévka / Soupe de pomme de terre</b>	35 Kč
<b>Saláty / Salades</b>	
<b>Caesar salát s kuřetem / lososem</b> Salade Ceasar au poulet / saumon	48 Kč
<b>Salát s tuňákem</b>	45 Kč

Salade Niçoise au thon grillé	
<b>Salát s domácím Jambon persillé</b>	50 Kč
Salade au jambon persillé	
<b>Salát s hovězím grilovaným steakem / Steak salade</b>	55 Kč
<b>Dezerty</b>	
<b>Palačinky / Crepes</b>	35 Kč
<b>Čokoládová pěna / Mousse au chocolat</b>	40 Kč
<b>Crème brûlée</b>	45 Kč
<b>Nealkoholické nápoje / Boisson non alcoolisées</b>	
Pepsi Cola 3dl	17 Kč
Pepsi light 3dl	17 Kč
7UP 3 dl	19 Kč
Orangina 3 dl	23 Kč
Tonic 3 dl	17 Kč
Mattoni perlivá/neperlivá 3 dl	12 Kč
Aquila 3 dl	10 Kč
Vittel 3 dl	15 Kč
Juice – pomerančový, brusinkový, jablečný, hruškový 3 dl	21 Kč
Ledový čaj 3 dl	15 Kč
<b>Teplé nápoje / Boissons chaudes</b>	
Espresso	26 Kč
Caffé latte	29 Kč
Latte macchiato	29 Kč
Capuccino	29 Kč
Frappé	30 Kč
Horká čokoláda	23 Kč
Čaj – ovocný, černý	15 Kč
<b>Cocktaily / Cocktails</b>	
Caipirinha	80 Kč
Cuba Libre	75 Kč
Tequilla sunrise	75 Kč
Tequilla sunset	75 Kč

## **Pivo / Bière**

Stella Artois	29 Kč
Pilsner Urquell	27 Kč

Lahvová francouzská piva:

Desperados 3 dl	38 Kč
Kronenbourg 3 dl	38 Kč

## **Likéry / Liqueurs**

Pastis	80 Kč
Baileys	70 Kč
Malibu	80 Kč
Cointreau	90 Kč

## **Destiláty / Spirits**

Bacardi	60 Kč
Havana	65 Kč
Absolut vodka	50 Kč
Absinth	80 Kč
Jameson	75 Kč
Metaxa	75 Kč
Calvados	60 Kč

## **Vinný lístek / Carte des vins**

### **FRANCAIS**

Bordeaux - Margaux, Initial de Desmiral 0,75 l	320 Kč
Bordeaux - Chateau Camarsac 0,75 l	290 Kč
Bordeaux - Cheval Noir Bordeaux 0,75 l	290 Kč

Domaine Pujol Grande Reserve 0,75 l	300 Kč
Bourgogne - Pinot Noir 0,75 l	350 Kč
Beaujoalis – Villages 0,75 l	320 Kč

### **CHAMPAGNE**

Bollinger Speciál Cuvée 0,75 l	400 Kč
Bailly Reserve Brut 0,75 l	380 Kč