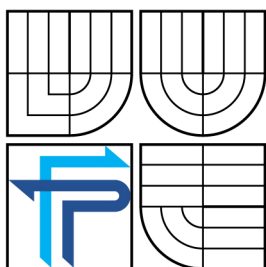


**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**  
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ**  
**ÚSTAV FINANCÍ**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUT OF FINANCES

**PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR**  
BUSINESS PLAN

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**  
BACHELOR'S THESIS

**AUTOR PRÁCE**  
AUTHOR

**JANA BAJZOVA**

**VEDOUcí PRÁCE**  
SUPERVISOR

**ING. JITKA STUDENÍKOVÁ**

BRNO 2009

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Bajzová Jana**

---

Daňové poradenství (6202R006)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

**Podnikatelský záměr**

v anglickém jazyce:

**Business Plan**

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému a cíle práce

Teoretická východiska práce

Analýza problému a současné situace

Vlastní návrh řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Seznam odborné literatury:

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

KORÁB, V. a kol. Podnikatelský plán. 1. vyd. Brno : Computer Press. 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

NĚMEČEK, P.a Zich,R. Podnikový management 2. Brno : Akademické nakladatelství CERM, s.r.o. 2004. 91 s. ISBN 80-214-2780-9.

SYNEK, M. Manažerská ekonomika. 3. přeprac. a aktualiz. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003. 466 s. ISBN 80-247-0515-X.

VEBER, J. Podnikání malé a střední firmy. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jitka Studeníková

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2008/2009.

L.S.

---

Ing. Pavel Svirák, Dr.  
Ředitel ústavu

---

doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA  
Děkan fakulty

V Brně, dne 09.05.2009

## **Abstrakt**

Bakalářská práce je návrhem podnikatelského plánu, který se zaměřuje na založení podnikání v oblasti pohostinství. Tato práce zohledňuje možnosti zvolit si vhodný produkt či službu ke svému podnikání, mít přehled o konkurenci, vybrat si ze širokého spektra dodavatelů a v neposlední řadě uspokojit potřeby odběratelů - zákazníků. Bakalářská práce je návodem, jak v současných podmínkách začít co nejefektivněji podnikat.

## **Abstrakt**

The bachelor's thesis is a proposal for business plan that is focused in foundation of business in sphere of hospitality. This thesis deals with how to choose an acceptable product or service in business, competition survey, how to choose from wide range of suppliers and how to satisfy customer's needs. The Bachelor's thesis brings clues how to start with the most efficient business in today's conditions.

## **Klíčová slova**

Podnikatelský záměr, projekt, analýza, podnikání, živnost, pohostinství.

## **Key words**

Business plan, project, analysis, business, trade, hospitality.

**Bibliografické citace bakalářské práce:**

BAJZOVÁ, Jana. *Podnikatelský záměr*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2009. 57 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Jitka Studeníková.

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušila autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 20. května 2009

-----

Podpis

## OBSAH:

Úvod .....	9
<b>1. Vymezení problému .....</b>	<b>10</b>
<b>2. Cíl bakalářské práce .....</b>	<b>10</b>
<b>3. Teoretická východiska .....</b>	<b>11</b>
3.1. <i>Hostinství</i> .....	11
3.1.1. Podmínky podnikání v oboru hostinství .....	11
3.1.2. Vymezení oboru hostinská činnost .....	12
3.1.3. Další činnosti v rámci hostinské činnosti .....	12
3.2. <i>Podnikatelský záměr</i> .....	13
3.2.1. Části podnikatelského záměru .....	14
3.2.2. Požadavky na podnikatelský záměr .....	15
3.3. <i>Podnik</i> .....	15
3.4. <i>Podnikatel</i> .....	17
3.5. <i>Podnikání</i> .....	17
3.6. <i>Formy podnikání</i> .....	18
3.6.1. Obchodní společnosti .....	18
3.6.2. Družstvo .....	19
3.6.3. Živnost .....	20
3.7. <i>Použité metody práce</i> .....	20
3.7.1. Pozorování .....	21
3.7.2. Systematický popis .....	21
3.7.3. Myšlenkové experimentování .....	21
3.7.4. Ostatní metody .....	21
3.8. <i>Použité analýzy prostředí</i> .....	22
3.8.1. SWOT Analýza .....	22
3.8.2. SLEPT Analýza .....	23
3.8.3. Analýza konkurenčního prostředí .....	24
3.9. <i>Finanční plán</i> .....	25
3.10. <i>Marketingový mix</i> .....	26
<b>4. Analýza problému a současná situace .....</b>	<b>28</b>
4.1. <i>SLEPT Analýza</i> .....	28
4.1.1. Ekonomická situace .....	28
4.1.2. Politická situace .....	29
4.1.3. Legislativa .....	30
4.1.4. Sociální faktor .....	31
4.1.5. Technologický faktor .....	32

4.2.	<i>Analýza konkurenčního prostředí</i> .....	32
4.2.1.	Hrozba substitutů .....	32
4.2.2.	Bariéry vstupu .....	33
4.2.3.	Intenzita konkurenčního prostředí .....	33
4.2.4.	Vyjednávací síla dodavatelů .....	34
4.2.5.	Vyjednávací síla odběratelů .....	34
<b>5.</b>	<b>Vlastní návrh řešení</b> .....	<b>35</b>
5.1.	<i>Popis nového podniku</i> .....	35
5.1.1.	Základní charakteristika .....	35
5.1.2.	Organizace a organizační struktura .....	36
5.1.3.	Ohlášení živnosti .....	37
5.2.	<i>SWOT Analýza</i> .....	38
5.2.1.	Silné stránky podniku .....	38
5.2.2.	Slabé stránky podniku .....	39
5.2.3.	Příležitosti .....	39
5.2.4.	Ohrožení .....	39
5.3.	<i>Marketingový mix</i> .....	39
5.3.1.	Umístění .....	40
5.3.2.	Způsoby propagace .....	40
5.3.3.	Nabízené služby a produkty .....	41
5.3.4.	Ceny nabízených služeb a produktů .....	42
5.4.	<i>Finanční plán</i> .....	43
5.4.1.	Žádost o úvěr .....	43
5.4.2.	Kalkulace zřizovacích výdajů .....	45
5.4.3.	Předpokládané výdaje za běžnou činnost .....	46
5.4.4.	Předpokládané příjmy za běžnou činnost .....	46
5.4.5.	Plánovaná Cash-flow .....	47
5.4.6.	Kalkulace zisku .....	48
<b>Závěr</b> .....	<b>50</b>	
<b>Zdroje bakalářské práce</b> .....	<b>51</b>	
<b>Seznam tabulek, obrázků a grafů</b> .....	<b>53</b>	
<b>Přílohy</b> .....	<b>54</b>	
<i>Jednotný registrační formulář – FO</i> .....	54	



## Úvod

Bakalářská práce je návrhem založení živnosti v oblasti hostinství. Vybrala jsem si pro bakalářskou práci toto téma, protože bych jednou chtěla v pohostinství sama podnikat. Bakalářská práce se skládá ze tří částí. První část se zabývá teorií, kterou bylo nutné nastudovat před samotným psaním bakalářské práce. Je to teorie nezbytná k pochopení podnikatelského záměru a typu zvoleného podnikání. Následuje analytická část, ve které jsou vypracované analýzy potřebné k nastínění situace na trhu, možnosti podniku, nástrah podniku, konkurence atd. Ve třetí části je vypracován samotný podnikatelský záměr, který shrnuje informace o projektu a obsahuje marketingový mix a finanční analýzu.

Dobrý podnikatelský záměr má možnost vybrat si vhodný produkt či službu ke svému podnikání. Může být podporován výhodnými bankovními úvěry, mít přehled o konkurenci a vybrat si ze širokého spektra dodavatelů. Je však více než jisté, že každý různý typ podnikání má pro svoje zahájení působnosti na trhu a následný provoz jiné požadavky, a to i ze strany státu, na různá povolení a oprávnění.

Dnešní doba nabízí optimální podmínky pro rozvoj podnikání v oblasti služeb. Podnikání má podporu jak v Evropském sociálním fondu EU, tak i v Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR.

## **1. Vymezení problému**

Pokud si uděláme malý výlet do historie pohostinství, pak zjistíme, že první zmínky o pohostinství jsou zaznamenány již v dobách starověku z oblastí Palestiny a Babylónu, později i ze starověkého Řecka, kdy hromadné stravování bylo součástí pořádání her. Pohostinství se postupem času přizpůsobovalo době. Středověk znamenal pro tento obor vznik prvních odborných pravidel, norem a nařízení, které se musely dodržovat. S novověkem přišla technická revoluce a hotový „boom“ nových pohostinských zařízení a nejen jich, ale i služeb celkově. Předpokládáme-li, že tento trend bude i nadále na vzestupu, pak jsme schopni v současné době založit podnik.

Chceme-li dosáhnout úspěšného vstupu na trh, musíme co nejefektivněji maximalizovat naše výnosy, celkově zhodnotit přínosy a efekty plynoucí z realizace projektu a zároveň respektovat všechny zákonné normy a nařízení, popř. i morální požadavky. Důležitým faktorem je i umístění podniku s nabízenou službou, protože dobrá volba vhodné lokality nám zajistí samotný její prodej. Dále musíme zajistit dostatečný kapitál pro splácení úvěrů, prostorů, které máme buď pronajaté anebo koupené v osobním vlastnictví. Důležité je i vybavení prostor, zajištění si kvalifikovaných zaměstnanců a v neposlední řadě si zaplatit všechny úřední formálnosti.

## **2. Cíl bakalářské práce**

Hlavním cílem bakalářské práce je zpracování návrhu podnikatelského plánu, dále průzkum trhu a komplexní analýza prostředí. Dílčím cílem je vytvoření finančního plánu, marketingového mixu a vyhodnocení získaných dat, které nám naznačí, zda je projekt rentabilní a realizovatelný.

To vše vede k představení vize založení fiktivního podniku a seznámení s podklady, které budou zapotřebí pro úspěšný start v podnikání.

### 3. Teoretická východiska

Základní teoretické pojmy slouží k ujasnění a upřesnění vypracování dalších částí bakalářské práce.

#### 3.1. Hostinství

Pod pojmem hostinství si většinou vybavíme synonymum pro hospodu. Dříve bývaly (i dnes se ještě vyskytují) nad hospůdkou vývěsní tabule s poněkud unifikovaným a nenápaditým nápisem „Pohostinství“.

##### 3.1.1. Podmínky podnikání v oboru hostinství

Jelikož hostinská činnost spadá podle živnostenského zákona (příloha č. 1) do živností řemeslných, je nutné pro tuto činnost získat živnostenský list. Vzhledem k tomu, že se jedná o živnost řemeslnou, je nutné splnit tři podmínky:

- **všeobecná** podmínka (min. 18 let, způsobilost k právním úkonům, bezúhonnost, bez daňových nedoplatků)
- **odborná způsobilost** dle §21 (např. výuční list v oboru, maturitní vysvědčení v oboru atd.)
- **praxe v oboru a způsobilost pro práci s potravinami**, která se doloží platným zdravotním průkazem.

Pokud fyzická osoba nemá požadované vzdělání, lze předepsané doklady o odborné způsobilosti nahradit podle §22 vzděláním v příbuzném oboru, rekvalifikačním kurzem nebo kvalifikační zkouškou a k tomu vždy dokladem o vykonání praxe.

Podnikat v oboru hostinská činnost však může i ta fyzická osoba, která nesplňuje odbornou způsobilost. Musí však ustanovit za sebe **odpovědného zástupce**, který podmínky pro založení této živnosti splňuje.

### 3.1.2. Vymezení oboru hostinská činnost

Obsahovou náplň jednotlivých živností stanovuje nařízení vlády č. 469/2000 Sb. Podle tohoto nařízení patří do řemeslné ohlašovací živnosti hostinská činnost tyto úkony: aktivita spočívající v přípravě a prodeji pokrmů a nápojů určených k bezprostřední spotřebě v provozovně, v níž jsou prodávány, přičemž činnost může být provozována samostatně nebo společně s poskytováním ubytování (např. hotel, motel, penzion).

Podávání pokrmů (zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví; §23) a nápojů k bezprostřední spotřebě v provozovně (zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání; §17), pak může být poskytováno:

- **samostatně** (např. v provozovně typu restaurace, bar, rychlé občerstvení atd.),
- **společně s poskytováním ubytování** ve stanovených ubytovacích zařízeních, které poskytují stravovací služby (např. hotel, penzion, motel apod.). Pro provozování těchto zařízení nemusí mít podnikatel živnostenské oprávnění pro živnost ubytovací služby, postačí pouze oprávnění pro hostinskou činnost. Ubytovacím zařízením však není bytový a rodinný dům a stavba pro individuální rekreaci.
- **pomocí automatů** – at' už nápojových nebo občerstvovacích.

### 3.1.3. Další činnosti v rámci hostinské činnosti

Podnikatel může v rámci živnostenského oprávnění pro hostinskou činnost provádět také **doplňkový prodej** (např. tabákové výrobky, upomínkové předměty či na základní hygienické potřeby atd.), může **prodávat** pokrmy a nápoje „**přes ulici**“,

**provozovat hry** (např. kulečnick), **půjčovat** společenské hry, noviny a časopisy atd. Ovšem tyto činnosti mohou být vykonávány pouze v omezeném rozsahu tak, aby byla zachována povaha hostinské živnosti a tyto činnosti byly stále jen jako doplňkové v porovnání s vlastní hostinskou činností.

V rámci hostinské činnosti lze vykonávat i činnosti, které běžně spadají do volné živnosti „ubytovací služby“. Jde tedy o **nabízení ubytování** v ostatních ubytovacích zařízeních, jako jsou turistické ubytovny, kempy a skupiny chat či bungalovů atd., a v jiných kategoriích staveb (bytových a rodinných domech, ve stavbách pro individuální rekreaci). Pokud se jedná o ubytování v jiných kategoriích staveb s kapacitou do 10 lůžek, lze zde podávat i snídaně ubytovaným hostům.<sup>1</sup>

### 3.2. Podnikatelský záměr

Podnikatelský záměr jako **komunikační nástroj** se používá v situacích, kdy je třeba přitáhnout investiční kapitál, zajistit úvěry, přesvědčit pracovníky, aby se dali najmout, a také přilákat strategické obchodní partnery. Vypracování komplexního podnikatelského záměru ukazuje, zdali má či nemá toto podnikání potenciál vytvářet zisk. Vyžaduje realistický pohled na téměř každou fázi podnikání a umožňuje vyřešení všech problémů a rozhodnutí o všech možných alternativách ještě předtím, než je zahájeno skutečné podnikání.

Jako **nástroj řízení** podnikatelský záměr pomáhá sledovat a hodnotit pokrok. Podnikatelský záměr je živý dokument, který budete upravovat, jakmile získáte znalosti a zkušenosti. Tím, že se použije podnikatelský záměr ke stanovení časového rámce, může dojít ke změření dosaženého pokroku a srovnat předpovědi s výsledky realizací.

Jako **nástroj plánování** podnikatelský záměr vede skrz různé fáze podnikání. Dobře promyšlený plán pomůže identifikovat překážky, takže se jim dá vyhnout a stanovit alternativy. Někteří podnikatelé sdílí své záměry se svými zaměstnanci,

---

<sup>1</sup> *PODNIKATEL.CZ : Pro otevření hospody je povinné odborné vzdělání a praxe* [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/podminky-hostinske-cinnosti-jako-zivnosti/>>.

aby tímto způsobem urychlili a prohloubili pochopení směru, kterým se firma jako celek ubírá.<sup>2</sup>

### 3.2.1. Části podnikatelského záměru

Podnikatelský záměr by měl obsahovat tyto části<sup>3</sup>:

- realizační resumé
  - charakteristiku produktu či služby
  - název, adresu, tel. číslo a kontaktní osobu
  - strategické zaměření na dobu 3-5 let
  - zhodnocení manažerských zkušeností a kvality pracovníků firmy
  - finanční aspekty
- charakteristika firmy a její cíle
  - historii firmy
  - důležité charakteristiky produktů resp. služeb
  - sledování cíle (strategické cíle, specifické cíle)
- organizační řízení a manažerský tým
  - organizační schéma
  - charakteristiku klíčových vedoucích pracovníků
  - vymezení dlouhodobých záměrů a cílů
  - stanovení klíčových řídicích pozic, politiku odměňování
  - základní přístup k řízení firmy
- přehled základních výsledků a závěrů technicko-ekonomické studie
  - analýzy trhu a konkurence, rizika, finančně-ekonomické analýzy
  - marketingová strategie, umístění, technologie
- shrnutí a závěry
  - časový plán realizace a celková strategie firmy

---

<sup>2</sup> Vysoká škola ekonomická v Praze: Podnikatelský záměr [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.ide-vse.cz/podnikatelsky-zamer.html>>.

<sup>3</sup> FOTR, J, SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Grada Publishing, Praha 2005. Str. 305-308.

- zdůvodnění očekávání úspěšnosti projektu
  - jedinečné rysy projektu
- přílohy

### 3.2.2. Požadavky na podnikatelský záměr

Podnikatelský záměr by měl splňovat určité požadavky, a to:

- být jednoduchý, stručný a přehledný (nepřesáhnout 50 strojových stránek, nezacházet do technických detailů)
- ukázat výhody produktu či služby pro zákazníka
- orientovat se na budoucnost
- být věrohodný a realistický
- neoplyvat přílišným optimismem z hlediska tržního potenciálu
- nebýt však ani pesimistický
- neschovávat slabiny a rizika projektu
- poukázat na schopnost splácet úvěry
- prokázat schopnost získat zpět vynaložený kapitál
- upozornit na konkurenční výhody projektu, silné stránky firmy a kompetenci manažerského týmu
- formální stránka musí být zpracovaná na úrovni<sup>4</sup>

### 3.3. Podnik

**Podnik** je hospodářsko - právní jednotka, která se skládá z osobních, hmotných a nehmotných složek. 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.

---

<sup>4</sup> FOTR, J, SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Grada Publishing, Praha 2005. Str. 309.

Podnik je společenství lidí a prostředků, které jsou spojeny za účelem zabezpečování různých činností a zajištění vlastního prospěchu. Podnik vstupuje na trh za účelem dosažení zisku.

**Rozeznávají se podniky** ve vlastnictví jednotlivce, veřejná obchodní společnost, komanditní společnost, společnost s ručením omezeným, akciová společnost, státní podnik a družstevní podnik.

**Tabulka 1 - Dělení podniků**

<b>Dle právní formy</b>		Obchodní společnosti	Podniky jednotlivce	Státní podniky	Družstva
<b>Dle sektorů</b>		Veřejný	Soukromý	Smíšený	
<b>Dle převládajícího výrobního faktoru</b>		Pracovně náročný podnik	Investičně náročný podnik	Materiálově náročný podnik	
<b>Dle hospodářských odvětví</b>		Průmyslové podniky	Zemědělské podniky	Služby	
<b>Dle velikosti</b>	<b>Statistické pojetí</b>	malé do 20 zaměstnanců	střední do 100 zaměstnanců	velké nad 100 zaměstnanců	
	<b>Klasifikace ČSSZ</b>	malé organizace 1-25 zaměstnanců, sociální dávky platí ČSSZ	organizace-ostatní, platí sami sociální dávky		
	<b>Právní úprava EU – z. č. 47/2002 Sb. o podpoře malého a středního podnikání (dle typu výroby)</b>	výroba na zakázku (zakázková výroba)	výroba na zakázku (zakázková výroba)	pružná (flexibilní) hromadná výroba	plynulá (proudová) výroba

*Zdroj: Vlastní zpracování*



### 3.4. Podnikatel

**Podnikatel** je fyzická nebo právnická osoba samostatně výdělečně činná. Podnikatel v ČR je definován v § 2 odst. 2 Obchodního zákoníku. Je jím fyzická nebo právnická osoba, tuzemská nebo zahraniční:

- osoba, která je zapsaná do Obchodního rejstříku
- osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění
- osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů (např. lékař, advokát, daňový poradce)
- fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštních předpisů (tzv. hospodařící rolník)

### 3.5. Podnikání

**Podnikání** je soustavná samostatná činnost určité osoby za účelem dosažení zisku. Obchodní zákoník podnikání definuje jako soustavnou činnost prováděnou samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní účet a odpovědnost za účelem dosažení zisku. Podnikat mohou fyzické i právnické osoby.<sup>5</sup>

Samostatná činnost spočívá v tom, že právnická nebo fyzická osoba samostatně rozhoduje o tom, jaké statky nebo služby bude na trhu poskytovat, jakým způsobem a kde bude své produkty vytvářet, s kým bude spolupracovat, jakým způsobem bude provoz financován, jaká bude právní forma podnikání atd.

Na podnikání se dá nahlížet z více hledisek např.:

Z hlediska **ekonomického pojetí**, kdy podnikání je zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit za účelem zvýšení jejich původní hodnoty.

---

<sup>5</sup> *UNIVERSUM: všeobecná encyklopedie. 7. díl*, Euromedia Group, k. s. - Odeon, Praha 2001. Str. 344.

Z hlediska **psychologického pojetí**, kdy podnikání je motivovaná potřeba něco získat, dosáhnout něčeho, něco si splnit, atd. Podnikání je prostředek seberealizace a postavení se na vlastní nohy.

Z hlediska **sociologického pojetí**, kdy podnikání je vytvořením blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty ke zvýšení hodnoty využívaných zdrojů, vytváření pracovních míst a příležitostí.

Z hlediska **právního pojetí**, kdy se podnikáním rozumí samostatná činnost určité osoby vlastním jménem na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.<sup>6</sup>

### **3.6. Formy podnikání**

Jednotlivé formy podnikání můžeme členit na obchodní společnosti, zvláštním případem je družstvo a podnikání fyzických osob, tzv. živnost.

#### **3.6.1. Obchodní společnosti**

U obchodních společností se jedná o sdružení osob, které spočívá na smluvním základě. Společníci (zakladatelé) zakládají společenskou smlouvou nový právní subjekt, který zápisem do obchodního rejstříku nabývá práva a povinnosti a je na svých společnicích nezávislý.

Obchodní společnosti se dělí na **dvě základní skupiny**:

- osobní (veřejná obchodní společnost – v. o. s. a komanditní společnost – k. s.)
- kapitálové (s ručením omezeným – s. r. o. a akciová společnost – a. s.)

---

<sup>6</sup> VEBER, J. *Podnikání malé a střední firmy*. Grada Publishing, Praha 2005. Str. 15.

Tabulka 2 - Přehled obchodních společností

	<b>v. o. s.</b>	<b>k. s.</b>	<b>s. r. o.</b>	<b>a. s.</b>
<i>zakladatelé</i>	min. 2 osoby	min. 2 osoby (komplementář, komanditista)	min. 1 osoba, (max. 50)	min. 1 právnická osoba
<i>vznik společnosti</i>	zápis do OR	zápis do OR	zápis do OR	zápis do OR
<i>ručení společníka za závazky společnosti</i>	společně a nerozdílně celým svým majetkem	komplementář-celým svým majetkem komanditista-do výše nespl. vkladu	společně a nerozdílně do výše souhrnu nesplacených vkladů	akcionář neručí za závazky
<i>základní kapitál</i>	min. výše není stanovena	komanditista min. 5 000 Kč	min. 200 000 Kč (1 společník min. 20 000 Kč)	veřej. nabídka 20 mil. Kč, bez veřej. nabídky 2 mil. Kč
<i>účast na zisku</i>	rovným dílem	dle spol. smlouvy nebo na polovinu	dle poměru obchodních podílů nebo dle spol. smlouvy	dle rozhodnutí valné hromady (dividenda)
<i>oprávnění k řízení</i>	každý společník	komplementáři	jednatelé	představenstvo

Zdroj: Vlastní zpracování

### 3.6.2. Družstvo

Zvláštním případem je **družstvo**, které je společenství neuzavřeného počtu osob založené za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních nebo jiných potřeb svých členů.

#### Podmínky:

- zakladatelé: min. 5 členů, což neplatí, jsou-li jeho členy alespoň 2 PO
- vznik: zápisem do OR
- ručení: členové neručí za závazky družstva
- základní kapitál: souhrn členských vkladů min. 50 000 Kč
- účast na zisku: dle rozhodnutí členské schůze
- oprávnění k řízení: představenstvo

### 3.6.3. Živnost

Živností se rozumí v běžném pojetí podnikání fyzické osoby s podnikatelskými aktivitami malého rozsahu za účelem uživit sebe a svoji rodinu. Živnost je soustavná podnikatelská činnost provozovaná na vlastní jméno a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. V Česku provozování živností upravuje Živnostenský zákon.

Druhy živností v České republice:

**Ohlašovací** – jsou to živnosti provozované na základě ohlášení, k jejich provozování není potřeba koncese. Dělí se na řemeslné, vázané a volné živnosti.

- **Řemeslné živnosti** – jsou to ty živnosti, pro jejichž provozování je podmínkou obvykle výuční list nebo několikaletá praxe (jedná se například o řeznictví, zednictví, klempířství, hostinská činnost, apod.)
- **Vázané živnosti** – jsou to ty živnosti, pro které musí podnikatel prokázat svojí odbornou způsobilost, kterou stanoví speciální předpisy.
- **Volné živnosti** – pro konání těchto živností nepotřebuje podnikatel ani odbornou způsobilost, ani koncesi.

**Koncesované** – jsou to živnosti, které jsou provozovány na základě koncese, kterou musí podnikatel, který je chce provozovat získat. Jedná se například o pohřební službu, cestovní kancelář, ale také i např. o televizní či rozhlasové vysílání. Živnostenský úřad si může stanovit ještě další podmínky pro její udělení.

### 3.7. Použité metody práce

K vypracování bakalářské práce jsem si vybrala několik základních metod, které mi ulehčili nashromáždění potřebných dat a informací. Mezi základní metody patří pozorování, systematický popis a myšlenkové experimentování.

### 3.7.1. Pozorování

Pozorování je metoda primárního výzkumu, použitá tehdy, kdy analytika zajímají smyslově vnímatelné skutečnosti. Liší se podle toho, zda se pozorovatel přímo účastní výzkumu či nikoliv, podle použitých technických prostředků a podle místa, kde je pozorování prováděno (laboratorní, v terénu).<sup>7</sup>

### 3.7.2. Systematický popis

Soustavný a cílevědomý popis, též označení jedné z etap zkoumání, při které jsou zachyceny faktické údaje experimentu nebo pozorování.

### 3.7.3. Myšlenkové experimentování

Je to hypotetický scénář, který nám slouží k pochopení skutečného stavu věcí. Existují různé druhy myšlenkových experimentů. Všechny myšlenkové experimenty se nicméně vyhýbají empirickým metodám, jejich součástí není pozorování, ani vlastní fyzické provedení experimentu. Podstatou je teoretická metoda "a priori".

### 3.7.4. Ostatní metody

V tomto bodě se zmíním o metodách, které by dále byly vhodné k použití:

- **Modelování** - myšlenkový návrh (myšlenkový pokus, hypotéza) ozřejmit komplikované struktury a procesy, má umožnit přibližné matematické zpracování.<sup>8</sup>
- **Analýza** - rozbor. Rozkládá celek na menší části. Cílem je identifikovat a zhodnotit vlastnosti těchto elementárních částí celku.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> *UNIVERSUM: všeobecná encyklopedie. 7. díl*, Euromedia Group, k. s. -Odeon, Praha 2001. Str. 458-459.

<sup>8</sup> *UNIVERSUM: všeobecná encyklopedie. 6. díl*, Euromedia Group, k. s. -Odeon, Praha 2001. Str. 164.

<sup>9</sup> *UNIVERSUM: všeobecná encyklopedie. 1. díl*, Euromedia Group, k. s. -Odeon, Praha 2000. Str. 180.

- **Syntéza** - sjednocení částí nebo protikladů v celek, opakem je analýza.<sup>10</sup>
- **Abstrakce** - podstata rozumové činnosti, forma pojmotvorného procesu, při němž se odhlíží od jedinečností věcí a soustřeďuje se na obecné určení, znaky a vlastnosti.<sup>11</sup>
- **Indukce** - metoda, jak vyvozovat z jednotlivých pozorovaných případů obecnou zákonitost.<sup>12</sup>
- **Dedukce** - odvození tvrzení z jednoho nebo několika tvrzení na základě odvozovacích pravidel, a to odvození jisté, ne jen pravděpodobné. Je opakem indukce.<sup>13</sup>

### 3.8. Použité analýzy prostředí

Použité analýzy slouží k nahlédnutí do současného stavu na trhu služeb. Prvně se s nimi seznámíme teoreticky a v další části se seznámíme s konkrétními poznatky.

#### 3.8.1. SWOT Analýza

SWOT analýza je technika strategické analýzy, založená na zvažování **vnitřních faktorů** společnosti (silné a slabé stránky) a **vnějších faktorů** (příležitosti a hrozby). Silné a slabé stránky podniku jsou faktory vytvářející nebo naopak snižující vnitřní hodnotu podniku (aktiva, dovednosti, podnikové zdroje atd.). Naproti tomu příležitosti a ohrožení jsou faktory vnějšími, které podnik nemůže tak dobře kontrolovat. Jednotlivé faktory na sebe vzájemně působí a ovlivňují svůj celkový dopad na podnik.

---

<sup>10</sup> *UNIVERSUM: všeobecná encyklopedie. 9. díl*, Euromedia Group, k. s. -Odeon, Praha 2001. Str. 244.

<sup>11</sup> *UNIVERSUM: všeobecná encyklopedie. 1. díl*, Euromedia Group, k. s. -Odeon, Praha 2000. Str. 15.

<sup>12</sup> *UNIVERSUM: všeobecná encyklopedie. 4. díl*, Euromedia Group, k. s. -Odeon, Praha 2000. Str. 161.

<sup>13</sup> *UNIVERSUM: všeobecná encyklopedie. 2. díl*, Euromedia Group, k. s. -Odeon, Praha 2000. Str. 330.

Tabulka 3 - SWOT analýza

	<b>S-silné stránky</b>	<b>W-slabé stránky</b>
<b>O-příležitosti</b>	Strategie SO	<b>Strategie WO</b>
<b>T-hrozby</b>	<b>Strategie ST</b>	Strategie WT

Zdroj: KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*

#### **Schéma SWOT analýzy:**

**SO** – využít silné stránky na získání výhody

**WO** – překonat slabiny využitím příležitostí

**ST** – využít silné stránky na čelení hrozbám

**WT** – minimalizovat náklady a čelit hrozbám

**SWOT analýza** je nástroj používaný zejména při tvorbě podnikové strategie k identifikaci silných a slabých stránek podniku, příležitostí a ohrožení, ze kterých podnik může následně vycházet.<sup>14</sup>

### **3.8.2. SLEPT Analýza**

Pro zkoumání **vnějšího** prostředí podniku se používá SLEPT analýza. Používají se také analýzy PEST nebo SLEPTE.

SLEPT faktory:

#### **Ekonomický faktor**

Situaci podniku silně ovlivňuje stav ekonomiky (např.: hospodářská politika vlády jako podpora podnikání, míra inflace, situace na kapitálovém trhu).

#### **Politicko-legislativní faktor**

Dalším důležitým faktorem je daňové zatížení, které je v České Republice velmi vysoké hlavně z hlediska odvodů za sociální a zdravotní pojištění. Problém je ve složitosti daňového systému a ve velkých omezeních při uzavření pracovního

---

<sup>14</sup> KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. Grada Publishing, a. s., Praha c2004. Str. 175-178.

poměru. Významným přínosem byl vstup do Evropské unie. Podnikům se tak otevřely zcela nové možnosti a trhy.

### **Sociální faktor**

Do tohoto faktoru patří například životní styl a úroveň, hodnotová stupnice a postoje lidí (zákazníků, konkurentů aj.), kvalifikace populace, zdravotní stav populace, společensko-politický systém a klima společnosti.

### **Technologický faktor**

Technologický vývoj usnadňuje plno činností a dokáže tak společnosti za správného využití ušetřit i vynaložené finanční prostředky.

**SLEPT analýza** umožňuje vyhodnotit případné dopady změn okolí na projekt. Tato analýza má mnohé obměny podle toho, jaké faktory působí na podnik.<sup>15</sup>

### **3.8.3. Analýza konkurenčního prostředí**

U analýzy konkurenčního prostředí se jedná o tzv. **Porterův pětifaktorový model** konkurenčního prostředí. Analyzuje konkurenci uvnitř odvětví, bariéry vstupu, substituční výrobky, vyjednávací sílu dodavatelů a odběratelů.

#### **Intenzita konkurence uvnitř odvětví**

Intenzita konkurence závisí na velikosti a růstu odvětví, na koncentraci v odvětví a rozmanitosti konkurentů, diferenciaci výrobků, povědomí zákazníků o značce, na nákladech přechodu a bariérách vstupu.

#### **Bariéry vstupu**

Do bariér při vstupu se řadí úspory plynoucí z rozsahu výroby, výrobová diferenciacie, investiční náročnost, přístup k distribučním kanálům, absolutní výhody

---

<sup>15</sup> KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. Grada Publishing, a. s., Praha c2004. Str. 179-219.



nízkých nákladů nezávislých na rozsahu výroby, přístup k potřebným vstupům, vládní politika a očekávaná odvetná opatření konkurentů.

### **Vyjednávací síla dodavatelů**

U vyjednávací síly dodavatelů záleží na diferenciaci vstupů, na vynaložených nákladech přechodu u dodavatelů a u podniků v daném odvětví, na existenci náhradních vstupů, koncentraci dodavatelů, na důležitosti dodávek pro dodavatele, na dopadu vstupů na výši nákladů nebo na diferenciaci a hrozbě dopřední integrace.

### **Vyjednávací síla odběratelů**

U vyjednávací síly odběratelů záleží na koncentraci zákazníků vs. koncentrace podniků, na objemu nákupů zákazníků, na vynaložených nákladech přechodu u zákazníků a u podniků v daném odvětví, na hrozbě zpětné integrace, existenci substitučních výrobků a citlivosti na ceny.

### **Substituční výrobky**

U substitučních výrobků záleží na nákladech přechodu, relativní výše cen - poměr cena/užitek a sklonu (ochoty) zákazníků přejít na nový výrobek.

Hlavním úkolem **analýzy konkurenčního prostředí** je upozornit jak na potencionální, tak i na reálnou konkurenci v daném oboru podnikání.<sup>16</sup>

## **3.9. Finanční plán**

Finanční plán hodnotí současnou finanční situaci, stanovuje reálné finanční cíle, posuzuje omezující okolnosti a stanovuje způsoby, kterými lze dosáhnout vytyčeného cíle. Finanční plán by měl obsahovat plán vývoje příjmů a výdajů, plánovanou rozvahu a plán vývoje peněžních toků. Sestavení finančního plánu, který promítá podnikatelský záměr do peněžních toků, je završením tvorby záměru.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> KAŇOVSKÁ, L. *Základy marketingu*. Akademické nakladatelství CERM, Brno 2009. Str. 22-34.

<sup>17</sup> *UNIVERSUM: všeobecná encyklopedie. 3. díl*, Euromedia Group, k. s. -Odeon, Praha 2000. Str. 72.

### 3.10. Marketingový mix

Marketingový mix je soubor marketingových nástrojů, které společnost využívá k tomu, aby dosáhla marketingových cílů na cílovém trhu. Marketingový mix se skládá ze čtyř nástrojů, kterými jsou **výrobek, distribuce-místo, cena a propagace**. Toto je klasické pojetí 4P (product, place, price, promotion), které se zaměřuje na pohled prodávajícího. Dalším pojetím může být méně známé 4C (zákaznické řešení, zákaznické náklady, pohodlí a komunikace), které se zaměřuje převážně na spotřebitele.

#### **Výrobek**

Výrobkem se rozumí cokoliv, co může být nabízeno na trhu a slouží k uspokojování potřeb. Produkty nabízené na trhu zahrnují materiální zboží, služby, zkušenosti, události, osoby, místa, vlastnosti, organizace, informace a myšlenky.

#### **Distribuce**

Hlavními úkoly distribuce je prodej produktu, služby pro produkt a komunikace o produktu. Dále pak i starost o dopravení na místo prodeje.

#### **Cena**

Cena je jediný marketingový nástroj, který vytváří pro podnik příjmy. Vždy musí být vyjádřena v peněžních jednotkách, tím pádem je důležitá pro zákazníky, protože určuje množství peněžních prostředků, kterých se musí zákazník zříci. Samotná tvorba cen je omezena nároky zákazníků, výši nákladů, konkurencí, distributory, atd.

#### **Propagace**

Hlavním cílem prostředků propagace je vyvolat zájem zákazníků o společnost a o její nabídku výrobků a služeb, dále udržet tento zájem a přimět zákazníky k jednání způsobem, který je pro společnost žádoucí (tj. stát se jejími loajálními zákazníky). Marketingová propagace si klade za cíl nejen oslovovat zákazníky, ale také působit na podstatné okolí společnosti a na zaměstnance společnosti samotné.

Je důležité, aby si podnik sestavil vlastní **marketingový mix**, který bude zohledňovat specifika každého podniku a rozložit mezi jednotlivé položky marketingového mixu dostatek kapitálu. Pokud by některá z těchto položek chyběla, je více než pravděpodobné, že marketingový mix nebude účinný.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> KOTLER, P. *Marketing v otázkách a odpovědích*. CP Books, Brno 2005. Str. 45-70.

## 4. Analýza problému a současná situace

V této kapitole budu analyzovat současnou situaci na českém trhu, ve které se podnik nachází.

### 4.1. SLEPT Analýza

SLEPT analýza zahrnuje několik základních faktorů, které ovlivňují hodnocení stavu na trhu. Těmito faktory jsou ekonomická situace, politická situace, legislativa, sociální faktor a technologický faktor.

#### 4.1.1. Ekonomická situace

Současná ekonomická situace na českém trhu se dá hodnotit pomocí základních makroekonomických ukazatelů, kterými jsou **inflace**, **hrubý domácí produkt** a **příjmy obyvatelstva**. I když se tyto ukazatele zaměřují na celou Českou republiku a všechny obory podnikání, je důležité brát je v úvahu a počítat s nimi.

#### **Inflace**

Inflaci chápeme jako opakovaný růst cen v ekonomice. Ceny jednotlivých druhů zboží se v čase zvyšují. Pravidelné zdražování, které vidíme na zvyšující se ceně benzínu, jídla, bydlení a dalšího zboží je změnou cenové hladiny, tedy inflací. Každoroční inflace se negativně projevuje v pohostinství ve formě zdražování jídla, nápojů, cen prostor, ve kterých je podnik umístěn, atd.

Míra inflace za rok 2008 vyjádřená přírůstkem průměrného indexu spotřebitelských cen za posledních 12 měsíců proti průměru předchozích 12 měsíců činí **5,9%**.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Český statistický úřad: *Inflace, spotřebitelské ceny* [online]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/inflace\\_spotrebiteleske\\_ceny](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/inflace_spotrebiteleske_ceny)>.

## **Hrubý domácí produkt**

Hluboké globální změny, vyvolané finanční krizí, vyústily ve výrazně odlišný vývoj domácí ekonomiky ve srovnání s ukazateli za předchozí roky. Za rok 2008 hrubý domácí produkt činil **3 705,7 mld. Kč**, což je v meziročním růstu oproti roku 2007 o 175 mld. Kč více.

Současný stav, díky rostoucímu HDP, vypovídá o vzrůstající tendenci české ekonomiky. A díky rostoucí ekonomice budou zákazníci ochotni více utratit za námi nabízené služby.

## **Příjmy obyvatelstva**

Dle statistik průměrná mzda za rok 2008 činí **23 542 Kč**, což je oproti roku 2007 o 1 848 Kč více. Vývoj mezd v České republice je ovlivněn především podnikatelskou sférou, neboť její zaměstnanci tvoří v souboru sledovaných subjektů více než tři čtvrtiny a dále je ovlivněn vysokými platy v oblasti Prahy.

Průměrná mzda za rok 2008 v Jihomoravském kraji dosáhla hodnoty 21 554 Kč, což je o 1988 Kč méně než činil průměr ČR.

Průměrná hrubá **mzda v oboru pohostinství** se pohybuje okolo **16 000,- Kč**.

### **4.1.2. Politická situace**

Politická situace na českém trhu ovlivňuje podnikání v hostinství na stejné úrovni jako ostatní faktory. Pokud je u moci pravicově orientovaná strana vede se podnikatelům mnohem lépe, než u vlády levicových stran.

**Rok 2008 je pravicovou vládou** premiéra Ing. Miroslava Topolánka, který zastupuje politickou stranu ODS, a dalších 17 ministrů a místopředsedů. V koalici s Občansko Demokratickou Stranou je i Strana Zelených a Křesťanská a Demokratická

Unie-Československá Strana Lidová. V opozici stojí levicové strany, kterými jsou Česká Strana Sociálně Demokratická a Komunistická Strana Čech a Moravy.<sup>20</sup>

Ideální politický stav by měl zajistit v makroekonomických hlavních směrech ekonomickou stabilitu, zabezpečit ekonomickou udržitelnost, podporovat efektivní přidělování prostředků. V mikroekonomické sféře, která bude mít dopad i na podnikání v pohostinství, by mělo dojít k vytvoření příznivějšího podnikatelského prostředí, propagaci podnikatelské kultury a vytvoření prostředí podporující malé a střední podniky, zvýšit a zlepšit investice do výzkumu a vývoje, usnadnit inovace a zavádění informačních a komunikačních technologií.

#### 4.1.3. Legislativa

Legislativa v oboru pohostinství je určována několika zákony, které je nutné nastudovat a dodržovat. Mezi obecně platné patří **obchodní zákon a živnostenský zákon**. Doplnujícími zákony, které se týkají provozu a oblasti hygieny, mohou být zákon o ochraně veřejného zdraví, zákon o dani z příjmů, zákon o dani z přidané hodnoty, zákon o účetnictví, zákoník práce, atd.

V poslední době dochází k častým změnám zákonných norem a předpisů určujících podmínky pro podnikání v pohostinství. Při uvádění nových zákonných předpisů v platnost se nezohledňuje, za jakých platných předpisů byly podniky uváděny do provozu třeba i v nedávné minulosti a podnikatelé jsou nuceni k novým neplánovaným investicím.<sup>21</sup>

Mezi základní legislativní poplatky v pohostinství patří poplatek za ohlášení živnosti, který činí 1 000,- Kč.

---

<sup>20</sup> *Vláda ČR* [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.vlada.cz/cz/vlada/default.htm>>.

<sup>21</sup> *GASTRONEWS.cz* [online]. Dostupný z WWW:

<<http://management.gastronews.cz/10-prekazek-rozvoje-oboru-pohostinstvi-a-ubytovaci-sluzby>>.

#### 4.1.4. Sociální faktor

Sociální faktor je důležitým ukazatelem vyspělosti státu. V analýze tohoto bodu jsem se zaměřila na základní demografické údaje a nezaměstnanost.

##### Demografické údaje

K 31. 12. 2008 v České republice žilo **10 467 542 obyvatel**. V Jihomoravském kraji stejně jako téměř všude v ČR dlouhodobě klesá počet obyvatel v předproduktivním věku a zvyšuje se počet osob ve věku vyšším než 65 let.

Brno se pyšní počtem 370 592 obyvatel. Hustota zalidnění v Brně je 1 604 obyvatelů na 1 km<sup>2</sup>. Takto vysoká koncentrace lidí zaručuje pro pohostinství zaplněné provozovny a jejich plynulý chod, díky tomu se nemusí do takové míry strachovat z velkého množství konkurence.

##### Nezaměstnanost<sup>22</sup>

Míra nezaměstnanosti v České Republice za 3-tí čtvrtletí 2008 v průměru činila 4,3 % a ve 4-tém čtvrtletí 2008 dosáhla **4,4 %**, což je stále jedna z nejnižších měr nezaměstnanosti v posledním desetiletí. Obecná míra nezaměstnanosti je v ČR dlouhodobě nižší než průměr za všechny členské země EU nebo průměr za země eurozóny.

Míra nezaměstnanosti v Brně roste, avšak zůstává tahounem celého kraje v nízké nezaměstnanosti. Bez práce je každý třináctý Brňan, ale nabídka pracovních míst zůstává nejvyšší v kraji. Úřad práce v současnosti (začátek března) eviduje přes čtrnáct tisíc nezaměstnaných. Brno v současnosti nabízí více než tři tisíce volných pracovních míst. Ve srovnání s lednem jich sice stovka přibyla, téměř tři čtvrtiny z nich však mají práci pouze pro nekvalifikované uchazeče.

Současná finanční krize se však projevuje i na nezaměstnanosti v pohostinství. Nabídek na práci servírky, kuchaře nebo číšníka stále ubývá a místa si drží

---

<sup>22</sup> Český statistický úřad: Zaměstnanost, nezaměstnanost [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/esu.nsf/informace/czam020209.doc>>.

jen kvalifikovaní a ověření zaměstnanci. Avšak s příchodem jara začínají nabídky sezónních prací. Jde zejména o turistický ruch, což se projeví i v oblasti pohostinství.

#### **4.1.5. Technologický faktor**

V dnešní době úroveň technologií uhání mílovými kroky vpřed. Společnost si vynucuje mít ve svých řadách odborně vystudované pracovní síly, ale také investuje do moderních zařízení, které usnadňují lidem život. Rozvoj informačních a komunikačních technologií v České republice na počátku nového tisíciletí nás přivedl do podobného stavu, jaký byl dosažen díky ICT v mnoha zemích západní Evropy.

Pohostinství se musí naučit využívat nové technologie ve všech oblastech své činnosti – při přípravě pokrmů, vzdělávání zaměstnanců, uspokojování potřeby zákazníků apod.

## **4.2. Analýza konkurenčního prostředí**

Tzv. Porterův pětifaktorový model konkurenčního prostředí analyzuje konkurenci uvnitř odvětví, bariéry vstupu, substituční výrobky, vyjednávací sílu dodavatelů a odběratelů.

### **4.2.1. Hrozba substitutů**

Substituční podniky mohou být podniky nabízející doplňkové stravování (bufety, občerstvení, ...) anebo naopak podniky, které plní funkci společenskou a zábavní (kavárny, vinárny, ...).

Substituty můžeme pojmut i jako jiná hostinská zařízení, která nabízejí stejné služby a výrobky, ale pro zákazníka za příznivější ceny. Je důležité si dát na substituty pozor, protože hrozí odliv zákazníků.



#### 4.2.2. Bariéry vstupu

Jedním z největších problémů vstupu do odvětví je **legislativa** spojená se založením podniku. Subjekt musí splňovat odbornou způsobilost, musí mít praxi v oboru a způsobilost pro práci s potravinami. Avšak tomuto problému se lze vyhnout, pokud za sebe ustanoví odpovědného zástupce, který podmínky pro založení této živnosti splňuje.

Další bariérou vstupu je velká **konkurence**, způsobená oblíbeností a relativně jednoduchým způsobem podnikání.

#### 4.2.3. Intenzita konkurenčního prostředí

Intenzita konkurenčního prostředí v pohostinství se dle celkového počtu registrovaných podnikatelských subjektů v roce 2008 nijak zvlášť nezměnila, ale došlo ke změně ve strukturálních jednotkách. Konkrétně došlo ke změně právní formy podnikání z FO na PO, tento jev se týká zhruba 10 tis. podnikatelských jednotek zaměřujících se na podnikání v ubytování a pohostinství.

Tabulka 4 - Podnikatelské struktury v časovém vývoji 2001-2008

Sekce, oddíl OKEČ	Práv. forma	Počet podnikatelských jednotek k 31. 12.					Změna 2008
		2001	2005	2006	2007	2008	
55 – ubytování a stravování	FO	93 615	109 466	109 539	105 952	107 058	1 106
	PO	7 223	9 052	9 666	10 416	11 488	1 072
	v tom OS	6 422	7 932	8 462	9 083	10 048	965
	AS	206	245	260	289	328	39
	DR	37	34	37	36	37	1
	SP	4	1	2	2	2	0
	celkem		100 838	118 518	119 205	116 368	118 546

FO – fyzická osoba; PO – právnická osoba; OS – obchodní společnosti mimo akciové; AS – akciové společnosti; DR – družstva; SP – státní podniky

Zdroj: <http://www.socr.cz/scripts/detail.php?id=4113>

Co se týče umístění hostinského podniku v lokalitě Brno-Střed, intenzita konkurenčního prostředí bude jednoznačně velká. Na celé Brno připadá minimálně

750 restaurací a hostinců, a toto číslo není konečné. Proto je důležité nabídnout zákazníkům něco speciálního, aby došlo k odlišnosti od konkurence.

#### **4.2.4. Vyjednávací síla dodavatelů**

Hlavními dodavateli pro podnik v oblasti hostinství jsou převážně firmy, které se zaměřují na vybavení hostinských zařízení. Mohou jimi být například dodavatelé, zaměřující se pouze na jeden druh nabízeného sortimentu pití, pochutin, tabákových výrobků, anebo dodavatelé, kteří jsou schopni zajistit i doplňkové zboží (např.: ubrusy, popelníky, sklenice, ...) a starají se tak o komplexní chod podniku.

Nabídka dodavatelů na českém trhu je poměrně rozsáhlá (můžeme říci, že vyjednávací síla dodavatelů je velká), a proto je důležité vybrat si nejvhodnějšího dodavatele, a být pro něj dobrým zákazníkem.

#### **4.2.5. Vyjednávací síla odběratelů**

Důležitým faktorem úspěšnosti pohostinství je výběr cílové skupiny lidí, na kterou se chceme provozem svého podniku zaměřit. Tyto skupiny se dají dělit dle věku, dle stylového vyznání, atd. Anebo můžeme působit jako neutrální podnik, který bude určen pro kohokoliv. Dobře vybraná cílová skupina a její přizpůsobení se dokáže podnik velmi ovlivnit. Spokojení zákazníci-hosté se do svého oblíbeného podniku neustále vrací a jsou schopni na svá doporučení přivést nové hosty. Avšak každý zákazník má jiné názory, chutě a nálady, nelze vždy vyhovět individuálnímu přání, proto můžeme říci, že vyjednávací síla odběratelů je relativně malá.

## **5. Vlastní návrh řešení**

V samotném návrhu bakalářské práce je představen subjekt, zaměřující se na činnost v oboru hostinství. Bude využito teoretických poznatků, které jsou nastíněny v první části bakalářské práce. Dojde k sestavení marketingového mixu, SWOT analýzy, finančního plánu a následné zhodnocení všech interpretovaných údajů, které nám ukáží, zdali je projekt realizovatelný a rentabilní.

### **5.1. Popis nového podniku**

Pro podnikání jsem si vybrala obor hostinství. Již od dětství mi rodiče říkali „Jíst a pít se bude vždycky“, proto jsem se rozhodla pro tento okruh služeb a domnívám se, že je vhodné této potřeby využít.

#### **5.1.1. Základní charakteristika**

Pohostinství bude nabízet příjemné posezení v prostředí českých pohádek. Interiér bude vybaven pohádkovými motivy a dekoracemi. Číšnice a číšníci budou mít kostýmy pohádkových postav jako například princezny, zbojníci, vodník, atd. S tímto bude sladěna i nabídka pohádkově nazývaných jídel v jídelním lístku, kde bude pod názvem uvedeno, z čeho se pokrm skládá.

Jedním z prvních kroků bude získat živnostenské oprávnění, jelikož podnik bude založen na základě živnostenského podnikání fyzické osoby. Toto rozhodnutí jsem učinila na základě nízké finanční náročnosti vzniku a následného provozu tohoto podnikání. Podmínky ohlášení živnosti byly popsány v teoretické části bakalářské práce a k samotnému popisu způsobu ohlášení živnosti dojde v následující kapitole. Dalším krokem bude vhodný výběr podnikatelského úvěru, který bude zajišťovat financování zřizovacích výdajů. Pokud dojde v následujících letech k okolnostem nutícím ke změně právní formy podnikání, je pravděpodobné, že k samotné změně formy podnikání přistoupím.

V neposlední řadě bych chtěla zdůraznit, že důležitým předpokladem úspěšného provozu jsou nabízené služby za odpovídající cenu. V jídelním lístku bude možné nalézt nabídku od klasických jídel až po speciality podniku. I nápojový sortiment nebude ochuzen o speciální druhy jak alkoholických, tak i nealkoholických nápojů. Doplnkovým zbožím budou tabákové výrobky.

### **5.1.2. Organizace a organizační struktura**

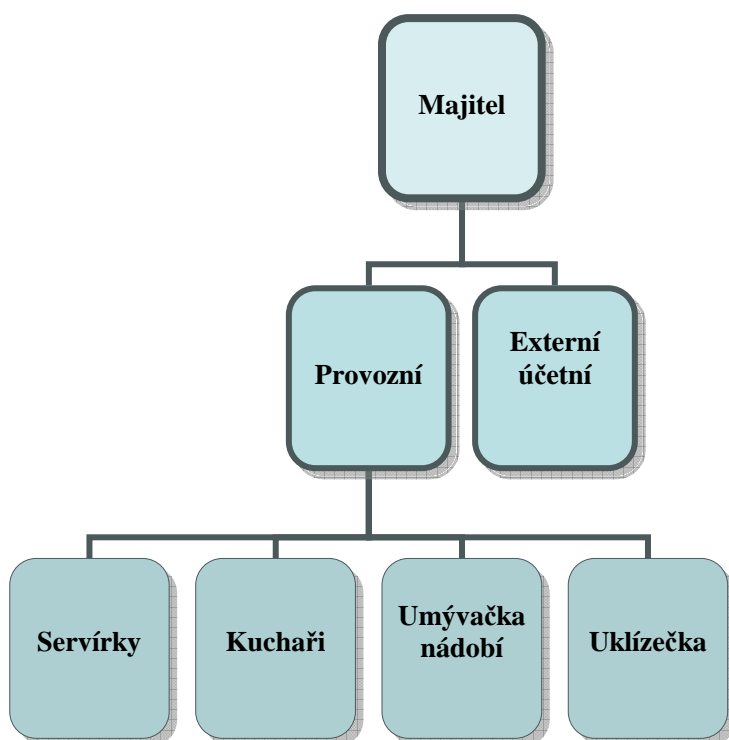
Pohostinství bude nabízet posezení pro zhruba 60 osob, a proto základním pilířem organizační struktury bude dobře zvolený počet kvalifikovaných zaměstnanců. Jako vedoucí bude vybrán odborný provozní, který se bude přímo zodpovídat majiteli podniku. Ze začátku podnikání počítám s variantou, že budu muset vykonávat pozici provozního sama.

Starosti majitele podniku se skládají z dohledu nad prací jednotlivých zaměstnanců, komunikací s institucemi a účetní. Provozní se musí starat o hladký provoz zařízení, dohlížet na zaměstnance a vyplácet jim mzdu, doplňovat zásoby objednávkami u dodavatelů a pravidelně informovat majitele o chodu pohostinství. O podvojně účetnictví a daňové povinnosti se bude starat externí účetní, která konzultuje veškeré náležitosti s provozním a majitelem. Kuchaři mají na starost přípravu pokrmů a servírky jejich roznos a obsluhu zákazníků. Uklízečka musí dbát na pečlivý úklid jak místnosti pro hosty, tak kuchyně, výčepu a toalet. Umývačka nádobí je pomocnice v kuchyni, která se stará o drobné práce v přípravě pokrmů, umývání nádobí apod.

#### **Zaměstnanci:**

1 provozní	Plat: 18 000 Kč/osoba
2 kuchaři	Plat: 14 000 Kč/osoba
4 číšnice	Plat: 11 000 Kč/osoba
1 uklízečka	Plat: 8 000 Kč/osoba
1 umývačka nádobí	Plat: 8 000 Kč/osoba

Obrázek 1-Organizační schéma



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Otevírací doba pohostinství bude předběžně stanovena od 11 hodin dopoledne do 23 hodin večer od pondělí do soboty. Po zprovoznění a zaběhnutí podniku může dojít k úpravě provozní doby, dle zájmů a návštěvnosti zákazníků.

### 5.1.3. Ohlášení živnosti

Pokud chceme začít podnikat v pohostinství, musíme splnit základní legislativní podmínku pro vstup do tohoto oboru podnikání, kterou je ohlášení živnosti. Ohlášení můžeme podat osobně na obecním živnostenském úřadě, zaslat úřadu poštou nebo elektronicky (se zaručeným elektronickým podpisem). Dále je možno žádost podat osobně prostřednictvím kontaktního místa veřejné správy (Czech POINT). Tuto činnost v Brně spravuje Magistrát města Brna - odbor obecní živnostenský úřad sídlící na Malinovského náměstí 3.

K ohlášení živnosti potřebujeme "Jednotný registrační formulář pro fyzické osoby" (viz. přílohy), prostřednictvím kterého lze učinit na obecním živnostenském úřadu podání i k dalším úřadům, a to finančnímu úřadu, správě sociálního zabezpečení, zdravotní pojišťovně a úřadu práce. Dále potřebujeme doklad prokazující odbornou způsobilost podnikatele, popř. jeho odpovědného zástupce, doklad prokazující právní důvod pro užívání prostor, do nichž fyzická osoba umístila místo podnikání, liší-li se od bydliště ohlašovatele a doklad o zaplacení správního poplatku.

Poplatky spojené s ohlášením živnosti v oboru hostinství jsou 1 000,- Kč za vstup do živnostenského podnikání a 50,- Kč za přijetí podání žádosti o živnostenské oprávnění na kontaktním místě.

Pokud dojde ke splnění všech podmínek pro založení živnosti, živnostenský úřad ve lhůtě 5 dnů ode dne doručení ohlášení provede zápis do živnostenského rejstříku a vydá nám výpis.

## **5.2. SWOT Analýza**

Tato analýza se zaměřuje na stručné zhodnocení silných a slabých stránek pohostinství, které je možno z větší části ovlivnit a přizpůsobit. A dále na příležitosti a ohrožení, které již nejsou tak snadno ovlivnitelné, jelikož jsou to vnější faktory působící na trhu.

### **5.2.1. Silné stránky podniku**

- dobrá hledatelnost na internetových stránkách
- vlastní webové stránky s jídelním a nápojovým lístkem, fotogalerií, přehledem akcí a možností on-line rezervace
- vyrovnaný poměr kvalita/cena, to se týče jídla i personálu
- dobré umístění podniku, dostupnost MHD

### 5.2.2. Slabé stránky podniku

- nedostupnost osobním automobilem
- problémy, spojené s nově otevřeným podnikem (např.: nemá stálou klientelu, musí si vybudovat „jméno“)
- prostory jsou pronajaté

### 5.2.3. Příležitosti

- uspokojování nároků stálých zákazníků (př.: nekuřácký salónek), a tím získat nové zákazníky
- možnost odkupu prostor do osobního vlastnictví
- případné rozšíření prostor pohostinství

### 5.2.4. Ohrožení

- vysoká konkurence
- překážky v rámci legislativy (daně, poplatky,...)
- zdražování cen potravin a nápojů
- nesolventnost dodavatelů

## 5.3. Marketingový mix

V návrhové části je na marketingový mix pohlíženo v rámci klasického **pojetí 4P** (Product - produkt, Place - místo, distribuce, Price - cena, Promotion - propagace), který se zaměřuje na pohled prodávajícího.

### 5.3.1. Umístění

Jako nejvhodnější lokalitu pro podnik jsem vybrala místo s velkou koncentrací lidí. Podnik hodlám umístit v **Brně - Střed**. Jen v centru je přes 100 různých druhů posezení – pohostinství, restaurace, kavárny, bary, atd., nicméně zákazník má stále problém sehnat místo v pátek večer nebo volný stůl v době oběda. Domnívám se tedy, i když je v centru Brna velká konkurence, že koncentrace lidí bude dostatečná pro zaplnění provozovny a její plynulý chod. Prostory, které jsou k dispozici, jsou pronajaty v rámci nájemní smlouvy. Je pravděpodobné, že v brzké době budou prostory nabídnuty k odkupu do osobního vlastnictví.

Vybraní dodavatelé mají povolení vjíždět až do centra města, proto nebude docházet k žádným komplikacím při zásobování. Toto opatření zajistí i nižší náklady, protože nebude nutné zajišťovat vlastní dopravu.

### 5.3.2. Způsoby propagace

V rámci propagace bude hlavním cílem umožnit zákazníkům se o pohostinství dozvědět z internetu. Zřízené **webové stránky** podniku by měli být poutavé, přehledné a designově vyvážené. Po rozkliknutí odkazu si na stránce bude moci zákazník vybrat z několika sekcí, podle toho, co se chce dozvědět.

Základními sekcemi budou:

- Představení podniku (informace o vzniku podniku a nabízených službách)
- Jídelní lístek (kompletní přehledný česko-anglický jídelní lístek s cenami)
- Aktuální menu lístek
- Fotogalerie
- Kontakt a umístění podniku
- On-line rezervace
- Kniha přání a stížností (sekce vytyčená pro zákazníky, kde mohou vyjádřit své návrhy, názory a připomínky)



Dalším způsobem propagace bude poutavá **reklama na regionální radiostanici**, která bude zvát zákazníky do příjemného prostředí českých pohádek ve středu města Brna s výbornou kuchyní za příznivé ceny.

Při pořádání akcí, které zajišťuje podnik pro veřejnost, bude reklama umístěna i v **studentských novinách a časopisech**. Popřípadě v některém z brněnských deníků či týdeníků.

### 5.3.3. Nabízené služby a produkty

Základním pravidlem pohostinství jsou kvalitní a chutné pokrmy doplněny o nápoje na stejné úrovni. Jelikož se jedná o pohostinství, chtěla bych se zaměřit na nabídku jídel, které lze relativně rychle připravit, jako jsou například steaky, bezmasá jídla, těstoviny, saláty a v neposlední řadě drobné pochutiny (nakládaný hermelín, utopenci, atd.). Nápojový sortiment se bude skládat ze dvou druhů pív, několik druhů lihovin, nealkoholických studených nápojů a teplých nápojů. Vše je důležité přizpůsobit zákazníkům a jejich nárokům.

Nabídka jídel bude uzpůsobena třem režimům:

- **Polední menu** – polední menu se bude skládat ze tří jídel, prvním jídlem bude masitý pokrm, druhým bezmasý a třetím jídlem bude sladké moučnickové jídlo. Všechny menu budou podávány i s polévkou v době od 11:00 do 14:00 hodin. Každý den se polední menu mění.
- **Týdenní menu** – týdenním menu bude nabídka dvou jídel, které bude k dispozici každý den v týdnu. Je to doplněk poledního menu. Toto jídlo bude o něco dražší, tomu bude odpovídat i větší gramáž porce. Každý týden dojde ke změně tohoto menu.
- **Jídlo na objednávku** – po celý den bude možnost objednat si z jídelního lístku jídlo na objednávku, avšak zákazník musí počítat s delší dobou čekání na přípravu v čase meníček.

Další nabízenou službou pohostinství bude možnost **rezervovat** si místa k sezení pro různé akce, jako například: oslavy, firemní a rodinné akce, atd. Podnik bude schopen zařídit i rauty. V těchto případech bude otevírací doba přizpůsobena přání zákazníka.

Místnost pro hosty bude rozdělena na **nekuřáckou** a **kuřáckou část**. Nezakouřený vzduch však bude zajišťován i v kuřácké části, kde bude odvětráván kvalitním systémem zabudované vzduchotechniky.

Pro rozptýlení budou v provozovně umístěny dva fotbalkové stoly a dva šipkové automaty, které budou odděleny od posezení, aby nerušily přítomné hosty.

#### 5.3.4. Ceny nabízených služeb a produktů

Je více než jisté, že ceny pokrmů a nápojů se budou odvíjet od cen dodavatelů, jež budou navýšeny o marži, která podniku zajistí zisk. Je důležité stanovit takové ceny, které by byly vyhovující jak pro pohostinství, tak i pro zákazníky. Uvedené ceny již zahrnují DPH.

Tabulka 5 - Odhadované ceny produktů

<i>Jednotlivé produkty</i>		<i>Předpokládané ceny</i>
Polední menu		65,-
Týdenní menu		75,-
Steaky (100 - 200 g)	Drůbeží maso	100 - 120,-
	Vepřové maso	100 - 150,-
	Hovězí maso	150 - 230,-
Bezmasá jídla		90 - 110,-
Těstoviny		100 - 120,-
Saláty		100 - 110,-
Sladká jídla		50 - 80,-

Drobné pochutiny	30 - 60,-
Pivo	25 - 30,-
Lihoviny	30 - 90,-
Nealkoholické nápoje	20 - 50,-
Tabákové výrobky	Dle kolkové ceny

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Při pořádání firemních akcí, oslav a rautů nad 20 lidí bude vybírána záloha ve výši 2 000,- Kč, ze které bude po ukončení akce odečtena útrata a zbytek vrácen, či případně nedoplatek zákazníkem doplacen.

Šipkové automaty a fotbalové stoly budou pronajaty. Na základě domluvy s pronajímatelem bude zisk dělen 50:50. Ceny se budou pohybovat od 5,- Kč do 10,- Kč za hru u šipek na osobu a 10,- Kč za hru na fotbalovém stole.

## 5.4. Finanční plán

Finanční plán je vyústěním podnikatelského záměru, protože promítá podnikatelský záměr do finančních toků. Finanční plán obsahuje žádost o úvěr, s pomocí kterého zaplatíme zřizovací výdaje, dále předpokládané náklady a výnosy za běžnou činnost a výkaz zisku a ztráty v prvních třech letech podnikání.

### 5.4.1. Žádost o úvěr

Na začátku podnikání málokdo má naspořen dostatek peněz pro bezproblémový rozjezd podnikání, proto je důležité zajistit si kapitál prostřednictvím bankovního úvěru. Pro potřeby konkrétního podnikání v pohostinství jsem si vybrala **nebankovní podnikatelský úvěr** nejmenované společnosti. Úvěr je přímo určen pro financování nákladů spojených se startem podnikání fyzické osoby, či právnické osoby a pro subjekty, které obtížněji získávají podporu u bank. Úvěr je zajištěn nemovitostí.

Výše úvěru se odvíjí od výše tržní ceny nemovitosti stanovené smluvním odhadcem, a to maximálně do výše 60 % hodnoty nemovitosti.

**Základní parametry úvěru:**

- Účel úvěru: úvěr pro začínající podnikatele
- Druh úvěru: nebankovní podnikatelský úvěr
- Výše úvěru: 3 000 000 Kč,
- Čerpání: jednorázově na bankovní účet
- Splácení: 10 let, splácení anuitní
- Úroková sazba: 12% p. a.
- Zajištění: zástava nemovitosti

**Tabulka 6 - Splátkový kalendář**

<i>Období</i>	<i>Anuita</i>	<i>Z toho</i>		<i>Zůstatek dluhu</i>
		<i>Úrok</i>	<i>Úmor dluhu</i>	
				3 000 000,-
<b>2010</b>	530 953,-	360 000,-	170 953,-	2 829 047,-
<b>2011</b>	530 953,-	339 486,-	191 467,-	2 637 580,-
<b>2012</b>	530 953,-	316 510,-	214 443,-	2 423 137,-
<b>2013</b>	530 953,-	290 777,-	240 176,-	2 182 961,-
<b>2014</b>	530 953,-	261 956,-	268 997,-	1 913 964,-
<b>2015</b>	530 953,-	229 676,-	301 277,-	1 612 687,-
<b>2016</b>	530 953,-	193 523,-	337 430,-	1 275 257,-
<b>2017</b>	530 953,-	153 031,-	377 922,-	897 335,-
<b>2018</b>	530 953,-	107 681,-	423 272,-	474 063,-
<b>2019</b>	530 953,-	56 890,-	474 063,-	0,-
<b>Σ</b>	<b>5 309 530,-</b>	<b>2 309 530,-</b>	<b>3 000 000,-</b>	

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Ze zpracovaného splátkového kalendáře je patrné, že ve výhledu deseti let přeplatíme úvěr téměř o sumu zapůjčené částky, tedy konkrétně o 2 309 530,- Kč. S tímto faktem je nutno počítat od samotného počátku podnikání.

#### 5.4.2. Kalkulace zřizovacích výdajů

Na začátku každého podnikání je nutné počítat se zřizovacími výdaji, které je možné pokrýt kapitálem, který jsme získaly prostřednictvím bankovního úvěru. Pokud by došlo k nedostatečnému financování zřizovacích výdajů, může nastat situace, že samotné založení podniku zkrachuje dříve, než bychom čekali.

**Tabulka 7 - Zřizovací výdaje**

<i>Předplacení nájemného na 3 měsíce dopředu</i>	150 000,-
<i>Vybavení kuchyně (nádobí, sporák, myčka nádobí, ...)</i>	1 100 000,-
<i>Vybavení posezení (židle, stoly, ...)</i>	250 000,-
<i>Vybavení výčepu (bar, chladicí boxy, ...)</i>	500 000,-
<i>Materiál a suroviny</i>	400 000,-
<i>Ostatní zřizovací náklady</i>	100 000,-
<b>Celkem</b>	<b>2 500 000,-</b>
<i>Finanční rezerva</i>	500 000,-

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z podnikatelského úvěru, který jsme si pořídili, jsme schopni zafinancovat zřizovací výdaje. Jako finanční rezerva nám zůstane k dispozici ještě 500 000,- Kč, které budou sloužit k zaplacení nečekaných výdajů.

### 5.4.3. Předpokládané výdaje za běžnou činnost

Jako hlavní položky pro výdaje jsem si zvolila nájemné, mzdy zaměstnanců plus odvody z mezd na SZDP, suroviny nutné k provozu pohostinství a ostatní položky, do kterých jsem zahrnula například: pojištění, energii, reklamu, atd. Výdaje jsou zpracovány pro první tři roky podnikání.

Tabulka 8 - Výdaje za běžnou činnost

	<i>Kč/měsíc</i> <i>1. rok</i>	<i>Kč/za rok</i> <i>1. rok</i>	<i>Kč/měsíc</i> <i>2. rok</i>	<i>Kč/za rok</i> <i>2. rok</i>	<i>Kč/měsíc</i> <i>3. rok</i>	<i>Kč/za rok</i> <i>3. rok</i>
<i>Úvěr</i>	44 247,-	<b>530 953,-</b>	44 247,-	<b>530 953,-</b>	44 247,-	<b>530 953,-</b>
<i>Nájemné</i>	50 000,-	<b>600 000,-</b>	55 000,-	<b>660 000,-</b>	58 000,-	<b>696 000,-</b>
<i>Mzdy</i>	105 000,-	<b>1 260 000,-</b>	105 000,-	<b>1 260 000,-</b>	125 000,-	<b>1 500 000,-</b>
<i>Suroviny</i>	112 000,-	<b>1 344 000,-</b>	120 000,-	<b>1 440 000,-</b>	125 000,-	<b>1 500 000,-</b>
<i>Ostatní</i>	25 000,-	<b>300 000,-</b>	25 000,-	<b>300 000,-</b>	25 000,-	<b>300 000,-</b>
<b>Celkem</b>	<b>336 247,-</b>	<b>4 034 953,-</b>	<b>349 247,-</b>	<b>4 190 953,-</b>	<b>377 247,-</b>	<b>4 526 953,-</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z tabulky výdajů je zřejmé, že rok od roku ceny jednotlivých položek tabulky stoupají. Výjimkou jsou splátky úvěry, které jsou konstantní. Je důležité tyto výdaje pokrýt příjmy, aby se podnikání nestalo ztrátovým.

### 5.4.4. Předpokládané příjmy za běžnou činnost

V rámci příjmů počítám s tržbami za nápoje a jídlo, které si zákazníci objednají. Výnosy jsou zpracovány pro první tři roky podnikání, domnívám se, že oproti prvnímu roku podnikání budou následující dva roky své hodnoty zvyšovat.

**Tabulka 9 - Příjmy za běžnou činnost**

		<i>Kč/měsíc</i>	<i>Kč/za rok</i>	<i>Kč/měsíc</i>	<i>Kč/za rok</i>	<i>Kč/měsíc</i>	<i>Kč/za rok</i>
		<i>1. rok</i>	<i>1. rok</i>	<i>2. rok</i>	<i>2. rok</i>	<i>3. rok</i>	<i>3. rok</i>
<i>Tržby</i>	Min.	350 000,-	<b>4 200 000,-</b>	370 000,-	<b>4 440 000,-</b>	400 000,-	<b>4 800 000,-</b>
	Max.	400 000,-	<b>4 800 000,-</b>	450 000,-	<b>5 400 000,-</b>	490 000,-	<b>5 880 000,-</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

V jednotlivých letech příjmy pohostinství stoupají. Pro další výpočty budu vycházet z odhadovaných minimálních tržeb, které byly stanoveny následovným výpočtem:

Menu/den 2 000,- - 7 000,-

Jídlo/den 3 500,- - 9 000,-

Pití/ den 4 300,- - 6 000,-

**Tabulka 10 - Denní tržby**

	<i>Pondělí</i>	<i>Úterý</i>	<i>Středa</i>	<i>Čtvrtek</i>	<i>Pátek</i>	<i>Sobota</i>
<i>Denní tržby</i>	10 000,-	10 000,-	13 000,-	15 000,-	21 000,-	18 000,-

*Zdroj: Vlastní zpracování*

#### **5.4.5. Plánovaná Cash-flow**

Plánovaná Cash-flow spojuje dohromady plánované výdaje a příjmy. Pro příjmy vycházím z minimální hodnoty tržeb, abych se ujistila, že i s nízkými tržbami je provoz rentabilní. Výsledkem je rozdíl, který nabývá kladných hodnot. To nám značí, že jsme část finančních prostředků v daném období neutratili. Úspory budou sloužit jako rezerva na „horší“ časy.

**Tabulka 11 - Plánovaná Cash-flow**

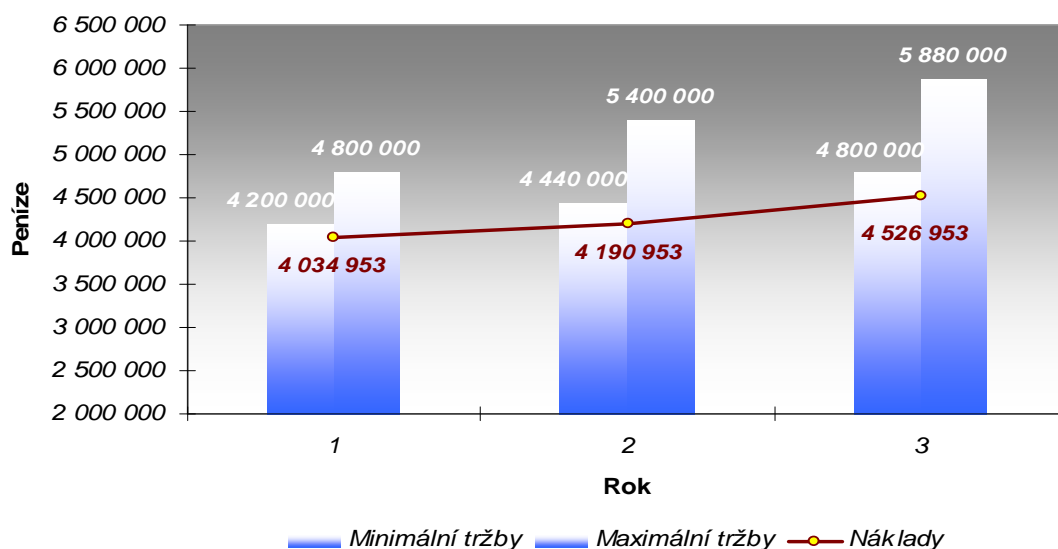
<b>CASH-FLOW (v tis. Kč)</b>	<i>1. rok</i>	<i>2. rok</i>	<i>3. rok</i>
<i>Počáteční stav peněžních prostředků</i>	3 000 000,-	1 065 047,-	1 314 094,-
+ <i>Příjmy</i>	4 200 000,-	4 440 000,-	4 800 000,-
- <i>Výdaje</i>	6 134 953,-	4 190 953,-	4 526 953,-
<b><i>Konečný stav peněžních prostředků</i></b>	<b>1 065 047,-</b>	<b>1 314 094,-</b>	<b>1 587 141,-</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

#### 5.4.6. Kalkulace zisku

Abychom zjistili hospodářský výsledek před zdaněním, musíme od sebe odečíst výnosy a náklady. Pokud výnosy převyšují náklady, tvoříme zisk. Tak tomu je i v tomto případě.

**Graf 1 - Vývoj nákladů a výnosů**



Zdroj: Vlastní zpracování



Pro výpočet čistého zisku v prvním roce podnikání očistím výnosy od vybraného úvěru a náklady o splátky úvěru a zřizovací výdaje. V následujících letech dojde pouze k odečtu splátek úvěru. Pro každý rok uvádím dvě varianty, které značí zisk s minimálními a maximálními zamýšlenými tržbami.

**Tabulka 12 - Čistý zisk**

	<i>1. rok</i> <i>A</i>	<i>1. rok</i> <i>B</i>	<i>2. rok</i> <i>A</i>	<i>2. rok</i> <i>B</i>	<i>3. rok</i> <i>A</i>	<i>3. rok</i> <i>B</i>
<i>Zisk před zdaněním</i>	696 000,-	1 296 000,-	780 000,-	1 740 000,-	804 000,-	1 884 000,-
<i>Daňová povinnost</i>	104 400,-	194 400,-	117 000,-	261 000,-	120 600,-	282 600,-
<b><i>Zisk po zdanění</i></b>	<b>591 600,-</b>	<b>1 101 600,-</b>	<b>663 000,-</b>	<b>1 479 000,-</b>	<b>683 400,-</b>	<b>1 601 400,-</b>

*A – počítáno s minimálními tržbami; B – počítáno s maximálními tržbami*

*Zdroj: Vlastní zpracování*

## **Závěr**

Po vytyčení hlavního cíle, kterým bylo zpracování návrhu podnikatelského plánu, a vedlejších cílů, jako například průzkum trhu a komplexní analýza prostředí, můžeme říci, že tato práce splnila veškeré podmínky stanovených cílů.

Základní pojmy, teorie použitých analýz prostředí a samotné uvedení do oboru hostinství byly nedílnou součástí první části bakalářské práce. V této části došlo k nastínění veškerých důležitých teoretických poznatků, které jsou zapotřebí k pochopení a porozumění vybrané problematiky.

V rámci analýzy trhu jsem došla k závěru, že vstup do oblasti pohostinství nebude jednoduchý. Je důležité počítat s legislativními problémy, které mohou nastat se založením živnosti a dále pak s konkurencí, která je spojena s velkou oblíbeností tohoto oboru podnikání.

Samotný návrh podnikatelského záměru, kde bylo dílčím cílem vytvoření finančního plánu, marketingového mixu a vyhodnocení získaných dat, prokázal, že je důležité počítat s velkými počátečními výdaji na zprovoznění podniku. Tyto výdaje však můžeme pokrýt vybraným podnikatelským úvěrem, který nám umožní bezproblémový start v podnikání. Příjmy v prvních třech letech podnikání naznačují schopnost pokrýt výdaje a ještě k tomu dosáhnout zisk.

Po prozkoumání a zvážení veškerých aspektů, které mohou působit na vznik podnikání a samotný následovný provoz podnikání, mohu říci, že je projekt realizovatelný a rentabilní.

## Zdroje bakalářské práce

### Literatura

- [1] FOTR, J, SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. ISBN 80-247-0939-2.
- [2] KAŇOVSKÁ, L. *Základy marketingu*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2009. ISBN 978-80-214-3838-5.
- [3] KOTLER, P. *Marketing v otázkách a odpovědích*. Jana Kalová. 1. vyd. Brno: CP Books, 2005. ISBN 80-251-0518-0.
- [4] KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. Doc. Ing. Hana Macháková, CSc. Praha: Grada Publishing, a. s., c2004. ISBN 80-247-0513-3.
- [5] *UNIVERSUM: všeobecná encyklopedie. 1-10. díl*, 1.vyd. Praha: Euromedia Group, k. s. - Odeon, 2000-2001. ISBN 80-207-1060-4.
- [6] VEBER, J. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-1069-2.

### Internet

- [1] *Český statistický úřad: Inflace, spotřebitelské ceny* [online]. c2009 [cit. 2009-03-15]. Dostupný z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/inflace\\_spotrebitelske\\_ceny](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/inflace_spotrebitelske_ceny)>.
- [2] *Český statistický úřad: Zaměstnanost, nezaměstnanost* [online]. c2009 [cit. 2009-03-27]. Dostupný z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/czam020209.doc>>.
- [3] *GASTRONEWS.cz* [online]. c2001-2009 [cit. 2009-02-17]. Dostupný z WWW: <<http://management.gastronews.cz/10-prekazek-rozvoje-oboru-pohostinstvi-a-ubytovaci-sluzby>>.

- [4] *PODNIKATEL.CZ : Pro otevření hospody je povinné odborné vzdělání a praxe* [online]. c2007-2009 [cit. 2009-01-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/podminky-hostinske-cinnosti-jako-zivnosti/>>.
- [5] *Svaz obchodu a cestovního ruchu* [online]. c2006 [cit. 2009-03-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.socr.cz/scripts/detail.php?id=4113>>.
- [6] *Vláda ČR* [online]. c2009 [cit. 2009-03-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.vlada.cz/cz/vlada/default.htm>>.
- [7] *Vysoká škola ekonomická v Praze: Podnikatelský záměr* [online]. c2008 [cit. 2008-10-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.ide-vse.cz/podnikatelsky-zamer.html>>.

## Seznam tabulek, obrázků a grafů

### Seznam tabulek

Tabulka 1 - Dělení podniků .....	16
Tabulka 2 - Přehled obchodních společností .....	19
Tabulka 3 - SWOT analýza .....	23
Tabulka 4 - Podnikatelské struktury v časovém vývoji 2001-2008.....	33
Tabulka 5 - Odhadované ceny produktů.....	42
Tabulka 6 - Splátkový kalendář .....	44
Tabulka 7 - Zřizovací výdaje .....	45
Tabulka 8 - Výdaje za běžnou činnost.....	46
Tabulka 9 - Příjmy za běžnou činnost .....	47
Tabulka 10 - Denní tržby .....	47
Tabulka 11 - Plánovaná Cash-flow.....	48
Tabulka 12 - Čistý zisk .....	49

### Seznam obrázků

Obrázek 1-Organizační schéma .....	37
------------------------------------	----

### Seznam grafů

Graf 1 - Vývoj nákladů a výnosů.....	48
--------------------------------------	----

## Přílohy

### Jednotný registrační formulář – FO



podací razítko

## JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ

### Fyzická osoba - základní a živnostenská část

#### ČÁST A - PODNIKATEL

##### 01 Podnikatel

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) pohlaví <sup>1)</sup>	f) rodné příjmení	g) rodinný stav	
<input type="text" value="Žena / muž"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
h) místo narození	i) okres	j) stát <sup>2)</sup>	k) datum narození
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
l) státní občanství	m) rodné číslo	n) identifikační číslo	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
o) obchodní firma (jen u osob zapsaných do obchodního rejstříku)			
<input type="text"/>			

##### 02 Bydliště

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) název obce	e) část obce	f) PSČ
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
g) stát		
<input type="text"/>		

##### 03 Místo podnikání

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) název obce	e) část obce	f) PSČ
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

##### 04 Doručovací adresa

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) název obce	e) část obce	f) PSČ
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

##### 05 Pobyť na území ČR (pro zahraniční osoby)

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) název obce	e) část obce	f) PSČ
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

<sup>1)</sup> vyplní cizí státní příslušník, který nemá přiděleno rodné číslo

<sup>2)</sup> vyplní se pouze v případě, kdy státem narození není ČR

**06 Předmět podnikání**

**07 Datum vzniku živnostenského oprávnění**

**08 Datum zahájení provozování živnosti <sup>3)</sup>**

**09 Datum ukončení provozování živnosti <sup>4)</sup>**

**10 Povolný pobyt do <sup>5)</sup>**

**11 Živnost provozována průmyslovým způsobem (ANO / NE)**

**ČÁST B - PROVOZOVNY**

**01 Provozovna**

a) název ulice

b) číslo popisné

c) číslo orientační

d) název obce

e) část obce

f) PSČ

g) předmět podnikání v provozovně

h) právní titul užívání provozovny

i) provozovna podléhající kolaudaci (ANO / NE)

j) datum zahájení provozování živnosti v provozovně

**02 Provozovna**

a) název ulice

b) číslo popisné

c) číslo orientační

d) název obce

e) část obce

f) PSČ

g) předmět podnikání v provozovně

h) právní titul užívání provozovny

i) provozovna podléhající kolaudaci (ANO / NE)

j) datum zahájení provozování živnosti v provozovně

<sup>3)</sup> vyplní se, využívá-li se CRM (podání na jiné úřady)

<sup>4)</sup> vyplní se, pokud ohlašovatel zamýšlí provozovat živnost na dobu určitou

<sup>5)</sup> vyplní pouze osoba, která má povolený pobyt

## ČÁST C - ODPOVĚDNÝ ZÁSTUPCE

### 01 Odpovědný zástupce

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) státní občanství	m) rodné číslo		k) datum narození
<input type="text"/>	<input type="text"/>		<input type="text"/>
h) místo narození	i) okres	j) pohlaví <sup>1) 2)</sup>	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="Žena / muž"/>	

### 02 Bydliště

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) název obce	e) část obce	f) PSČ
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
g) stát		
<input type="text"/>		

### 03 Pobyť na území ČR

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) název obce	e) část obce	f) PSČ
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
04 Datum ustanovení do funkce odpovědného zástupce		
<input type="text"/>		

### 05 Prohlášení podnikatele k osobě odpovědného zástupce

Prohlašuji, že mi není známo, že by u osoby odpovědného zástupce soud nebo správní orgán uložil zákaz činnosti, že by u této osoby trvala jiná překážka provozování živnosti a že by jí v posledních třech letech bylo zrušeno živnostenské oprávnění podle § 58 odst. 2, 3 nebo 4 živnostenského zákona.

## ČÁST D - PROHLÁŠENÍ PODNIKATELE

- 01 Prohlašuji, že na území ČR podnikám nebo jsem v minulosti podnikal (ANO / NE)
- 02  u mne překážka provozování živnosti.
- 03  mi v posledních třech letech zrušeno živnostenské oprávnění podle ustanovení § 58 odst. 2, 3 nebo 4 živnostenského zákona.
- 04 Soud nebo správní orgán mi  zákaz činnosti.
- 05 Čestné prohlášení dle § 6 odst. 1 písm. f, odst. 3 živnostenského zákona (vyplní pouze osoba, která již podniká, nebo v minulosti podnikala):
- Prohlašuji, že  nedoplatky na pojistném na veřejném zdravotním pojištění.



**ČÁST E - JINÉ SKUTEČNOSTI, KTERÉ NEMOHLY BYT UVEDENY NA PŘEDEŠLÝCH STRÁNKÁCH FORMULÁŘE**

**ČÁST F - VYBERTE PROVÁDĚNÉ ÚKONY**

1) ohlášení živnosti	<input type="checkbox"/>	počet zvláštních částí / příloh <sup>6)</sup>	<input type="text"/>
žádost o koncesi	<input type="checkbox"/>	počet zvláštních částí / příloh <sup>6)</sup>	<input type="text"/>
2) přihláška k daňové registraci nebo příslušné oznámení	<input type="checkbox"/>	počet zvláštních částí / příloh <sup>6)</sup>	<input type="text"/>
3) oznámení o zahájení samostatné výdělečné činnosti	<input type="checkbox"/>	počet zvláštních částí / příloh <sup>6)</sup>	<input type="text"/>
4) oznámení vzniku volného pracovního místa	<input type="checkbox"/>	počet zvláštních částí / příloh <sup>6)</sup>	<input type="text"/>
5) oznámení podle zákona o veřejném zdravotním pojištění	<input type="checkbox"/>	počet zvláštních částí / příloh <sup>6)</sup>	<input type="text"/>

V  dne

podpis ohlašovatele / žadatele

**Doplňující údaje podnikatele**

a) telefon  b) fax  c) e-mail

<sup>6)</sup> **Zvláštními částmi** se rozumí jednotlivé listy formuláře, které jsou přikládány k základní části. **Přílohou** se rozumí uvedení nebo doložení údajů jinak, než na základní části a zvláštních částech, např. smlouva o vedení účtu, smlouva o sdružení, atd.