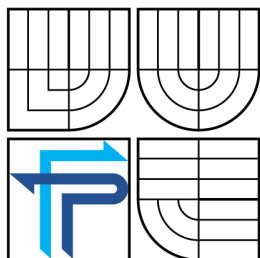


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV INFORMATIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF INFORMATICS

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR BUSINESS PLAN

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

KAMIL VÍTEK

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

ING. MGR. ŠTĚPÁNKA BOUŠKOVÁ

BRNO 2009

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Vítek Kamil

Manažerská informatika (6209R021)

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

Podnikatelský záměr- založení společnosti

Marketingová strategie

Rizika projektu a financování

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

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

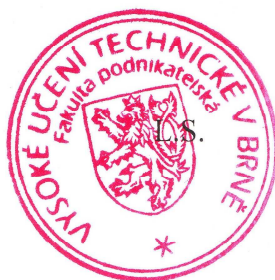
FOTR,J. Příprava hodnocení podnikatelských projektů. 1.vyd. VŠE Praha, 1993. 164s. ISBN 80-7079-759-2

WUPPERFELD,U. Podnikatelský plán pro úspěšný start. Praha: Management Press, 2003. 160s. ISBN 80-7261-075-9

NOVOTNÝ, Z., a kol. Podniková ekonomika 4. 2. vydání. Břeclav: Moraviapress, 2000. 263 s. ISBN 80-86181-35-9

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Mgr. Štěpánka Boušková

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2008/09.




Ing. Jiří Kříž, Ph.D.
Ředitel ústavu


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

V Brně, dne 28.2.2009

Anotace

Předmětem mé bakalářské práce je zpracování reálného podnikatelského záměru na založení a následný provoz kavárny. Práce je tvořena ze dvou částí, teoretické a praktické. V teoretické části jsou definované pojmy podnikatelský plán, podnik, podnikání a právní forma podnikání. V praktické části je vypracovaný podnikatelský plán pro Marušku. Cílem je skutečné založení kavárny Maruška v Olomouci.

Annotation

The subject of my bachelor work is processing the entrepreneurial object of the foundation and operation cafe Maruška. The work is divided into theoretical and practical part. The theoretical section contains of the definition of entrepreneurial plan, enterprise, entrepreneurship and juridical form of enterprise. The entrepreneurial plan for Maruška is conducted in the practical part. The aim of this work is basing cafe Maruška in Olomouc.

Klíčová slova

Podnikatelský plán, podnikatelský záměr, právní forma podnikání, marketingový průzkum, finanční analýza, SWOT analýza, PEST analýza, Porterův model

Keywords

entrepreneurial plan, prospectus, juridical form of enterprise, marketing research, financial analysis, SWOT analysis, PEST analysis, Porter's model

Bibliografická citace

VÍTEK, K. *Podnikatelský záměr*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2009. 55 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Mgr. Štěpánka Boušková.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/200 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 25. května 2009

.....
podpis

Poděkování

Rád bych upřímně poděkoval paní Ing. Mgr. Štěpánce Bouškové, za cenné náměty, připomínky, rady a čas, který mi věnovala při zpracování této bakalářské práce. Dále panu Janu Tisoňovi za podnětné informace a připomínky k projektu a také všem osobám, které mi poskytli údaje potřebné ke zpracování této práce.

Úvod	10
VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE	11
I. TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	12
1. PODNIKATELSKÝ PLÁN	12
1.1. ÚČEL PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	12
1.2. HLAVNÍ PŘÍNOSY PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	12
1.3. ZÁSADY PRO ZPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	13
1.4. STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	13
1.5. ORGANIZACE ŘÍZENÍ	14
1.6. PŘEHLED ZÁKLADNÍCH VÝSLEDKŮ	14
1.8. FINANČNÍ PLÁN	17
1.9. VÝKAZ ZISKŮ A ZTRÁT	17
1.10. PENĚŽNÍ TOKY	17
1.11. BILANCE	17
1.12. ANALÝZA RIZIK PROJEKTU	18
1.13. FLEXIBILITA PROJEKTU	18
1.14. POJIŠTĚNÍ	18
1.15. ANALÝZA RIZIKA	18
1.16. HODNOCENÍ EFEKTIVNOSTI INVESTIC	19
1.18. INDEX RENTABILITY	20
1.19. VNITŘNÍ VÝNOSOVÉ PROCENTO	20
1.20. SHRNUTÍ A ZÁVĚRY	21
1.21. PŘÍLOHY	21
2. PODNIKÁNÍ	21
2.1. PODNIK	22
2.4. ŽIVNOSTENSKÉ PODNIKÁNÍ	23
2.5. OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI	24
2.6. OBCHODNÍ SPOLEČNOSTI OSOBNÍ	26
2.7. DRUŽSTVO	28
II. PRAKTICKÁ ČÁST	30
3. PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR KAVÁRNY	30
3.1. PODNIKATELSKÝ SUBJEKT	30
3.2. PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ	30
3.3. CÍLE PODNIKU	31
4. ANALÝZA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ	31
4.1. PORTERŮV MODEL	31
4.2. SWOT ANALÝZA	33
4.3. PEST ANALÝZA	33

5.	ZDROJE FINANCOVÁNÍ	35
5.1.	ZDROJE FINANCOVÁNÍ	35
5.3.	ROZPOČET POTŘEBY STARTOVACÍHO KAPITÁLU	35
5.4.	REŽIM BĚŽNÉHO FINANCOVÁNÍ	37
6.	SAMOTNÝ VZNIK PODNIKATELSKÉHO SUBJEKTU	38
7.	NÁVRH	39
7.1.	ORGANIZAČNÍ STRUKTURA	39
7.2.	MARKETINGOVÁ STRATEGIE	40
7.3.	RIZIKA PROJEKTU	41
7.4.	INFORMAČNÍ STRUKTURA	41
7.5.	VÝROBNÍ PLÁN	42
7.6.	REKONSTRUKCE	43
7.7.	DODAVATELÉ, FINANCOVÁNÍ, BONUSY	44
8.	ZAKLADATELSKÝ ROZPOČET	45
8.1.	FINANČNÍ PROSTŘEDKY NA NÁKUP VYBAVENÍ A ZAŘÍZENÍ PROVOZOVNY	46
8.2.	FINANČNÍ PROSTŘEDKY NA NÁKUP VYBAVENÍ A ZAŘÍZENÍ VÝROBNY	47
8.3.	FINANČNÍ PROSTŘEDKY NA NÁKUP VYBAVENÍ A ZAŘÍZENÍ KUCHYNĚ	47
8.4.	FINANČNÍ PROSTŘEDKY VLOŽENÉ DO NÁKUPU OBĚŽNÉHO MAJETKU - MĚSÍC	48
8.5.	FINANČNÍ PROSTŘEDKY NA ZAHÁJENÍ PODNIKATELSKÉ ČINNOSTI (MĚSÍČNÍ NÁKLADY)	48
8.6.	POČÁTEČNÍ KAPITÁL	49
9.	REŽIM BĚŽNÉHO FINANCOVÁNÍ	50
9.1.	ROČNÍ PLÁN NÁKLADŮ A VÝNOSŮ	50
	ZÁVĚR	52
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	53
	PŘÍLOHY	55
	SEZNAM TABULEK	55

Úvod

Cukrárna, kavárna je pro mě symbol relaxace a uvolnění v krásném prostředí a bar je místem, kde se mohu pobavit a setkat se se svými přáteli. Proto jsem si řekl: „ Proč nenabídnout lidem jako něco nového, kde se spojí oba tyto druhy zábavy?“ Každý musí uznat, že kavárna není noční zábavou a naopak bar místem, kde se lidé půjdou bavit během dne. Proto očekávám denní tržby především z provozování kavárny a pozdně odpolední a večerní právě z provozování koktejlového baru.

Podnikatelským záměrem je tedy založení společnosti Maruška s. r. o., zabývající se výrobou cukrářských specialit a provozem kavárny (baru). Vypracovat kvalitní podnikatelský záměr, který je základem každého dlouhodobě úspěšného podnikání a jako takový představuje zdaleka nejúčinnější způsob snižování podnikatelského rizika je prvořadým úkolem. Podnikatelský záměr slouží samotnému podnikateli k tomu, aby se mohl lépe připravit přesně na to, co bude během svého podnikání potřebovat. Podnikatelský záměr by měl také podnikateli pomoci a naznačit zda-li má smysl danou činnost vůbec provádět. Správná definice, jak má správný podnikatelský záměr vypadat ovšem neexistuje.

Jelikož spolupracuji několikátým rokem s kavárnou XY v Olomouci, kde jsem získal mnoho cenných zkušeností a tak mě čím dál tím častěji napadala myšlenka, založit si konečně vlastní provozovnu. Každý den chodím kolem bývalé cukrárny Maruška, kterou majitel uzavřel z důvodu malých zisků. Avšak jsem přesvědčen o tom, že to byla chyba majitele, že kavárna upadla, poněvadž umístění na frekventované ulici v centru s předzahrádkou musí provozovna dosahovat nemalých zisků, proto jsem rozhodnutý tuto cukrárnu obnovit.

Činnost budu provozovat jako vedlejší příjem svého hlavního pracovního nasazení, proto jsem si vybral společníka Jana Tisoňu, který je zkušený provozní a povedeme firmu společně.

V současné fázi probíhá jednání s majitelem o prostorech Marušky, byla podána žádost na předzahrádku a se společníkem řešíme konkrétní návrhy jak bude celý koncept vypadat.

Vymezení problému a cíle práce

Hlavním cílem mé bakalářské práce je připravit reálný podnikatelský plán na založení cukrárny Maruška s. r. o..

Práce je rozdělena do dvou hlavních skupin, kde v první části se věnuji teoretickým poznatkům z odborné literatury pro objasnění struktury z dané oblasti, zejména kdo je podnikatel, známým formám podnikání, postupu při zakládání společnosti a jednotlivým částem podnikatelského plánu.

Důležitou kapitolou v druhé části je finanční analýza, která je zaměřená na několik druhů analýz. Porterův model, SWOT analýza, PEST analýza. Dále se zmíním o financování celého projektu, jak a kde zajistím potřebné finanční prostředky.

Mezi důležité patří také perfektně zpracovaný zakladatelský rozpočet s veškerými podrobnými propočty.

Konkrétní návrhy se budou týkat organizační struktury, informačního systému a jeho struktury, výrobního plánu, dodavatelů a celkové rekonstrukci objektu.

Při zpracování práce využiji metody analytické, zejména při rozboru vnitřního a vnějšího okolí. V ekonomicko - finančním plánu aplikuji zmiňované analýzy, které vyústí v přehledné tabulky výsledky, které stanoví přesný pohled na situaci a sestavím podle nich výslednou strategii podniku.

Výsledkem bude kvantifikovaný odhad vývoje hospodaření v prvním roce podnikání.

I. Teoretická východiska práce

Jedná se o teorii potřebnou k založení kavárny Maruška.

1. Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument zpracováváný podnikatelem, který charakterizuje vnější a vnitřní faktory podniku, které souvisejí se zahájením podnikatelské činnosti nebo fungováním již existující firmy a specifikuje záměry podnikatele do budoucna.¹

V nejjednodušší formě se ani nejedná o dokument, ale o pár vět, které si podnikatel pamatuje. Aby o nich mohl kdykoliv a kdekoliv říct svému okolí. Ve složitější formě to bude svazek několika stran, kde bude vysvětleno o záměrech, konkurenci, prostředcích podnikatele.

1.1. Účel podnikatelského plánu

Slouží jak k interním tak k informování externích subjektů. Jako interní dokument slouží k plánování, rozhodování, kontrole. Plán může sloužit jako důležitý dokument v případě, kdy firma žádá o bankovní úvěr.

1.2. Hlavní přínosy podnikatelského plánu

- získání důležitých poznatků z analýz
- srozumitelné a přehledné uspořádání záměrů firmy, předpokladů a rizik
- plán vývoje finančních toků, zjištění potřeby a získání finančních prostředků
- včasné odhalení slabin a rizik
- motivační nástroj pro zaměstnance
- informovanost o záměrech firmy a budování firemní kultury

¹ FOTR, J.a SOUČEK,I. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2005. ISBN 80-247-0939-267. Str. 56.

1.3. Zásady pro zpracování podnikatelského plánu

Je dobré respektovat především obecně platné zásady, které jsou:

- srozumitelnost – jednoduché vyjadřování, tvorba tabulek a číselné podklady
- logičnost – části na sebe musí srozumitelně navazovat, skutečnosti musí být podloženy fakty, využití grafického vyjádření
- stručnost – stručnost, ale ne na úkor faktů (právní zásady nelze zestručnit)
- pravdivost a reálnost – každý podnikatelský plán, který není reálný a pravdivý je také zbytečný
- respektování rizika – identifikace rizik a návrhy k jejich řešení zvyšují důvěryhodnost podnikatelského plánu²

1.4. Struktura podnikatelského plánu

Zde je uvedena obvyklá struktura a členění podnikatelského plánu a pojednání o obsahu jednotlivých věcí.

Každý plán by měl obsahovat:

- Realizační resumé
- Charakteristiku firmy a jejich cílů
- Organizaci řízení
- Přehled základních výsledků
- Shrnutí a závěry
- Přílohy

² Srov. VEBER, J.; SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Str. 98.

1.4.1. Realizační resumé

Mělo by obsahovat:

- Název a adresu firmy, telefon, kontaktní osoby
- Charakteristiku produktu, služby, který je náplní produktu
- Popis trhl, na kterých chce firma působit
- Strategické zaměření firmy na období alespoň 3 až 5 let
- Zhodnocení manažerských zkušeností a kvality klíčových pracovníků firmy
- Finanční aspekty

1.4.2. Charakteristika firmy a jejich cílů

Tato část by měla obsáhnout minulost, přítomnost ale i budoucnost firmy z hlediska podnikatelských cílů a strategií jejich dosažení.

1.5. Organizace řízení

Obsahuje:

- Organizační schéma s jasným vymezením pravomoci
- Charakter klíčových vedoucích pracovníků z hlediska jejich rolí, věku, zkušeností. Záleží také na výsledcích, kterých již dosáhli a jejich přínos pro firmu do budoucnosti
- Politu odměňování těchto pracovníků. Uvedeme i platové úrovně
- Je dobré vymezit dlouhodobé záměry a cíle
- Stanovit si klíčové pozice

1.6. Přehled základních výsledků

Týká se především:

- Výrobního programu, respektive poskytování služeb
- Analýzu trhu, konkurence
- Pracovních sil
- Marketingová strategie

- Rizik projektu
- Umístění jednotky

1.6.1. Výrobní program

Zde by měl být zachycen celý výrobní proces. Měli by zde být uvedeni i subdodavatelé. Nutné je také uvést informace o nákladech a již uzavřených smlouvách. Pokud bude podnikatel zajišťovat sám výrobu, musí být uveden popis strojů, závodu, které budou zapotřebí.

1.6.2. Analýza trhu

1.6.2.1. Porterův model

Podle Porterova modelu, který se domnívá, že postavení na trhu je dáno pěti konkurenčními silami, bychom se měli zaměřit na těchto pět sil a stanovit si jak se s nimi vypořádáme. Porterův model nám tedy pomůže zvolit vhodnou strategii, kterou použijeme v našem podniku.

1.6.2.2. SWOT analýza

Je nejčastějším nástrojem analýzy. Jde o obecný analytický rámec a postup, který nachází a posuzuje významnost faktorů z pohledu silných a slabých stránek zkoumaného objektu a také z pohledu příležitostí a hrozeb, kterým je náš zkoumaný objekt vystaven. Je dobré a potřebné si uvědomit, že silné a slabé stránky jsou v podstatě interní faktory, které můžeme částečně kontrolovat a následně je můžeme také sami ovlivňovat. Naopak hrozby a příležitosti jsou externími vlivy, které samy o sobě nemůžeme ovlivnit, pouze na ně můžeme následným chováním podniku reagovat.

1.6.2.3. PEST analýza

Je nástrojem charakteru nebo také rámce sloužícího k identifikaci a zkoumání vnějších faktorů. Zkratka PEST má na mysli faktory politické (stabilita poměrů, politické trendy a postoje k podnikání apod.), ekonomické (přímé a nepřímé daně, makroekonomické

hospodářské ukazatele a předpoklady, státní podpora, restrikce dovozů a vývozů apod.), sociální (trh práce, demografické ukazatele, vliv odborů, míra vnímání korupce krajové zvyklosti) a technologické (technologické trendy – vývoj a důsledky internetu, podpůrné technologie a aplikace a jejich následná dostupnost).

1.6.3. Marketingová strategie

Cílem je vytvoření marketingového plánu, což je nástroj, jehož prvořadým cílem je vylepšit obchodní výsledky a to prostřednictvím realizace efektivních marketingových aktivit. Jednak se provádí analýza současného stavu, tzn., že se definuje a popisuje podnik, služby, dále potom se zabývá jak budoucností podniku. Strategii a plány firmy do budoucna.

1.6.3.1. Marketingový mix

Figurují zde čtyři hlavní veličiny, produkt či služba, cena, distribuce a propagace. Význam těchto veličin se liší v závislosti na odvětví, cíli podniku, povaze trhu.

Výrobek

Výrobek musí najít uplatnění na trhu. Bude nutné se zamyslet nad strukturou prodáváného sortimentu.

Cena a cenová politika

Při stanovení cen je třeba zvážit více faktorů. Výše produkce na jednotku, cenovou politiku konkurence, cenovou elasticitu, poskytované slevy, dealerské odměny, platební podmínky, rabaty, státní a cenová regulace.

Podpora prodeje

Nutná specifikace formy podpory prodeje, která je potřeba k dosažení předpokládané výše prodeje, současně musí stanovit i náklady spojené s realizací opatření. Jako základní formy prodeje přicházejí do úvahy reklama a propagace, osobní prodej, orientace na značkové zboží.

Distribuční kanály

Tvoří velkoobchod, maloobchod a přímá distribuce zákazníkům. Jejich vhodná kombinace souvisí s aspekty distribuce, kterým by se měla věnovat speciální pozornost.

1.7. Finanční plán

Určuje objem investic, který podnik potřebuje a ukazuje, nakolik ekonomicky reálný podnikatelský plán jako celek je.

1.8. Výkaz zisků a ztrát

Jedná se o souhrn všech nákladů a výnosu za dané období, většinou kalendářní rok. Sečtou se veškeré příjmy a odečtou se náklady. Na konci je Zisk/Ztráta.

1.9. Peněžní toky

Sleduje příjmy a výdaje tak, jak do firmy přicházejí a odcházejí včetně DPH. Strana příjmů – skutečný příjem. Na straně nákladů – veškeré zaplacené náklady. Tyto toky se sledují denně, týdně, měsíčně. Pro malé firmy se jedná o důležitější ukazatel než ziskovost. Je o tím, že zisk bývá upravován položkami, které snižují daňovou povinnost.

Tok hotovosti splňuje několik funkcí. Tou hlavní je monitorování výkonnosti podniku oproti předpokladům a plánům. Měl by být propracovaný alespoň rok dopředu. U začínajících podniků se dělá předpoklad na tři roky dopředu, přestože jsou čísla nepřesná, ukáží nám, jak efektivně byly zváženy potencionální příjmy a náklady.

1.10. Bilance

Sestavuje se k určitému datu a vyjadřuje co podnik vlastní a dluží v ten den.

1.11. Analýza rizik projektu

Riziko má vždy dvě stránky a to pozitivní a negativní. Pozitivní stránka podnikatelského rizika se spojuje s úspěšností uplatnění na trhu a dosažení zisku. Negativní stránka podnikatelského rizika se projevuje dosažením horších výsledků, než jsme předpokládali. Obecně chápeme, že skutečné výsledky činnosti se budou odchýlovat o d výsledků předpokládaných, přičemž odchylky mohou být žádoucí nebo nežádoucí.

Analýzu můžeme členit podle různých hledisek. Příkladem, riziko podnikatelské, čisté riziko, riziko systematické, nesystematické.

1.12. Flexibilita projektu

Umožňuje pružně a bez nadměrných nákladů reagovat na pružný možný vývoj faktor ovlivňujících výsledky projektu. Flexibilitu nelze chápat pouze volbou technicky výrobního zařízení, ale reagovat na výkyvy poptávky a snižovat tržní rizika. Usilujeme o to, aby uspořádání, motivace, stimulace umožnily včasné zjištění nepříznivých změn, nejlépe zkrácení doby, ve které je firma schopna reagovat pružně a efektivně.

1.13. Pojištění

Pojišťovny nabízí podnikatelům pojištění majetku pro případ požáru a dalších živelných škod, pojištění pro případ přerušení provozu v důsledku jiné události. Dnes je však velice rozvinuté pojištění podnikatelských rizik spojené s investováním v zahraničí a exportními operacemi. U nás tuto službu poskytuje většina pojišťoven.

1.14. Analýza rizika

Je třeba stanovit faktory, které ovlivňují riziko projektu a mezi nimi specifikovat ty, které k tomuto riziku nejvíce přispívají. Je třeba se na ně soustředit a zvažovat případná opatření.

Známé jsou tyto kroky:

- Určení faktorů rizika podnikatelského projektu
- Stanovení významnosti faktorů rizika
- Stanovení rizika podnikatelského projektu
- Hodnocení rizika
- Příprava plánu korekčních opatření a sledování vývoje faktorů rizika

1.15. Hodnocení efektivnosti investic

Základem rozhodnutí, zda přijmout projekt a realizovat jej, zjistíme výpočtem daných ukazatelů ekonomické efektivnosti. Z pravidla měří výnosnost zdrojů vynaložených na investici.

Kritéria:

- Rentabilita kapitálu
- Doba úhrady či návratnosti
- Čistá současná hodnota, index rentability a vnitřní výnosové procento

1.16. Ukazatele rentability

Umožňují nám měřit výnosnost kapitálu, užitého k financování projektu tak, že poměrují zisk projektu k vloženým prostředkům.

- Rentabilita vlastního kapitálu - ROE
- Rentabilita celkového kapitálu (AKTIV) - ROA
- Rentabilita dlouhodobě investovaného kapitálu - ROI
- Účetní rentabilita projektu

Rentabilita vlastního kapitálu – poměr zisku po zdanění k vlastnímu kapitálu vloženému do projektu a vyjadřuje tedy míru zhodnocení vlastních zdrojů, které byly užity k financování projektu. **Rentabilita celkového kapitálu** – zlomek, kde ve jmenovateli je celkový kapitál vložený do projektu a v čitateli součet hrubého zisku a úroku (EBIT – zisk před úroky a zdaněním) nebo součet zisku po zdanění a zdaněných úroků. **Rentabilita dlouhodobě investovaného kapitálu** – ve jmenovateli figuruje dlouhodobě investovaný kapitál, tj. celkový kapitál vynaložený na financování projektu. Většinou tyto ukazatele vyjadřujeme v procentním vyjádření. **Účetní rentabilita investic**, určuje podíl průměrné roční výše zisku po zdanění a průměrné hodnoty pořízeného dlouhodobého majetku. (součet vstupní ceny a zůstatkové hodnoty / dvěma). Z povahy ukazatelů plyne, čím vyšší číslo, tím je projekt ekonomicky výhodnější.³

1.17. Index rentability

Je blízký čisté současné hodnotě, ale liší se relativní povahou. Index rentability je vydařen velikostí současné hodnoty budoucích příjmů projektu, což připadá na jednotku investičních nákladů přepočtených na současnou hodnotu. Stanovení indexu probíhá jako podíl současné hodnoty budoucích příjmů a současné hodnoty investičních výdajů.

Z toho vyplývá, že projekt bude přijat, pokud index rentability bude větší než 1.

1.18. Vnitřní výnosové procento

Chápeme jako výnosnost, kterou projekt během svého života poskytuje. Číselně je procento rovno diskontní sazbě, při které je čistá současná hodnota rovna nule. Podnik daný projekt přijme, pokud vnitřní výnosové procento bude vyšší než diskontní sazba. V opačném případě projekt zamítneme.

Čím vyšší je procento, tím je daný projekt ekonomicky výhodnější.

³ Srov. VEBER, J.; SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. str. 53.

1.19. Shrnutí a závěry

Tato část bude obsahovat shrnutí základních aspektů a jednak časový plán realizace projektu.

Zaměřím pozornost na:

- Celkové strategické zaměření projektu, aby byly splněny dlouhodobé cíle.
- Zdůvodnění očekávaného úspěchu firmy
- Jedinečné rysy firmy
- Kapitálové zajištění projektu a jeho stanovení
- Procentní podíly zakladatelů

1.20. Přílohy

Zde uvádíme např. Výpisy z obchodní ho rejstříku, životopisy klíčových osobností, výkresy výrobků, výsledky průzkumů, propagační akce, výkazy zisků a ztrát, propočty kritických bodů.

2. Podnikání

Pojem podnikání se dá interpretovat ve více směrech, může mít pojetí ekonomické, psychologické, sociologické a právnícké. V ekonomickém pojetí je podnikání zapojení ekonomických zdrojů a dalších aktivit tak, aby byla následně navýšena jejich původní hodnota. Psychologické pojetí je takové, že podnikání je činnost motivovaná potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, něco si vyzkoušet a něco si splnit. Podnikání v tomto pohledu je tedy prostředek k dosažení seberealizace a postavení se na vlastní nohy. Sociologické pojetí hovoří o podnikání tak, že je to vytváření blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytváření pracovních míst a příležitostí. Posledním pojetím je pojetí právnícké, které už znám dobře za střední školy a říká, že podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.⁴

⁴ Srov. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění

2.1. Podnik

Podnikem se rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které podnikateli slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit.⁵

K realizaci úmyslu založit podnik jsou nezbytné aktivity směřující zejména do následujících oblastí:

- obchodní (informace o trhu a vymezení předmětu činnosti)
- ekonomické (finanční prostředky)
- právní (znalost zákona týkajícího se dané oblasti a speciální odbornost)
- sociálně psychologické

2.2. Právní formy podnikání

Obchodní zákoník nabízí podnikatelům několik právních forem podnikání. Záleží jen na podnikateli, jakou právní formu si vybere. Samozřejmě každá právní forma podléhá daným právním normám, které samozřejmě ovlivňují podnikatelské rozhodování. Volba právní formy podniku má velký význam pro každou firmu, protože toto rozhodnutí má dlouhodobé ekonomické, daňové a právní důsledky. Podnikatel samozřejmě nemusí původní formu trvale zachovávat, ale s případným rozvojem firmy může být výhodné ji změnit. Forma podnikání většinou souvisí s financováním, proto je důležité vyjasnit si aspekty jednotlivých forem podniku s ohledem na konkrétní podnik a jeho další vývoj. Pro výběr formy podniku je podstatné položit si několik základních otázek:

- Zakládám firmu sám nebo se společníky?
- Jak velké podnikatelské riziko chci nést?
- Jaké jsou náklady na založení a udržování právní formy?

⁵ NOVOTNÝ, Z., a kol. Podniková ekonomika 4. 2. vydání. Břeclav: Moraviapress, 2000. 263 s. ISBN 80-86181-35-9. Str. 43.

- Jaká je výhodnost z daňového hlediska?
- Jakým způsobem se ručí v případě úpadku?
- Jaká je potřeba základního kapitálu pro založení?

Všechny právní formy podnikání mají své výhody a nevýhody.

2.3. Základní členění

- živnostenské podnikání (podnik jednotlivce)
- kapitálové společnosti
- osobní společnosti
- družstva

2.4. Živnostenské podnikání

Podnik jednotlivce má většinou formu živnosti. Tuto formu upravuje zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání a definuje živnost jako soustavnou činnost provozovanou podnikatelem samostatně, vlastním jménem na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem. Podnik je vlastněn jednou osobou, která splňuje podmínky stanovené zákonem.

2.4.1. Ohlašovací živnosti

Mohou být při splnění zákonem stanovených podmínek provozovány na základě ohlášení živnostenskému úřadu.

Člení se na:

- řemeslné
- vázané
- volné živnosti

2.4.2. Koncesované živnosti

Lze je provozovat pouze na základě tzv. koncese. Vydává je živnostenský úřad.

2.4.3. Výhody, Nevýhody

Výhody:

- máme minimální právní povinnosti a také nízké správní výlohy na založení firmy
- formu účetnictví si může živnostník většinou zvolit sám
- zisk podléhá pouze daní z příjmů fyzických osob
- možnost uplatnit výdaje paušální částkou (je-li to výhodnější)
- podnikatel je samostatný a volný při svém rozhodování
- není nutný počáteční kapitál
- činnost lze přerušit nebo ukončit velmi jednoduše

Nevýhody:

- podnikatel ručí celým svým majetkem a tím nese velké riziko
- má omezený přístup k úvěrům
- jsou dány vysoké požadavky na odborné a ekonomické znalosti podnikatele
- z psychologického hlediska může živnostník působit v obchodních kontaktech jako malý a nevýrazný partner

2.5. Obchodní společnosti

Obchodní společnost je právnickou osobou založenou za účelem podnikání, pokud to nestanoví právo Evropských společenství nebo zákon jinak. Společnostmi jsou veřejná obchodní společnost, komanditní společnost, společnost s ručením omezeným a akciová společnost. Pokud není v zákoně stanoveno jinak, mohou být zakladateli společnosti a účastnit se na jejím podnikání osoby fyzické i právnické. Ale fyzická nebo právnická osoba může být společníkem s neomezeným ručením pouze v jedné společnosti.

Společnost se zakládá společenskou smlouvou podepsanou všemi zakladateli a pravost jejich podpisů musí být úředně ověřena. Základní kapitál společnosti je peněžní vyjádření

souhrnu peněžitých i nepeněžitých vkladů všech společníků a musí být vyjádřen v jednotkách české měny. Základní kapitál se vytváří povinně v komanditní společnosti, ve společnosti s ručením omezeným a v akciové společnosti.

Vkladem společníka se rozumí souhrn peněžitých prostředků nebo jiných peněží ocenitelných hodnot, které se daná osoba zavazuje vložit do společnosti za účelem nabytí nebo zvýšení účasti ve společnosti. Hodnota nepeněžitého vkladu do společnosti s ručením omezeným nebo do akciové společnosti musí být zpracovaná soudním znalcem nezávislým na společnosti a jmenovaným za tím účelem soudem.⁶

Společnost vzniká dnem, ke kterému byla zapsána do obchodního rejstříku a návrh na zapsání musí být podán do 90 dnů od založení společnosti nebo od doručení průkazu živnostenského nebo podnikatelského oprávnění.

2.6. Obchodní společnosti kapitálové

Typické pro kapitálové společnosti je povinnost společníků podílet se na podnikání společnosti předem určeným vkladem. Každý společník ručí za závazky hospodářské činnosti společnosti pouze do výše tohoto vkladu. Společníci se nemusí na podnikání účastnit osobně. Právní úprava ČR rozlišuje dva typy kapitálových společností:

- společnost s ručením omezeným
- akciovou společnost

2.6.1. Výhody a nevýhody, společnost s ručením omezeným

Výhody:

- omezené ručení společníků
- pro přijetí velké části rozhodnutí není potřebný souhlas všech společníků
- vklad lze splatit do pěti let (pro zapsání do obchodního rejstříku musí být splaceno 30% každého vkladu a minimálně 100 000 Kč v úhrnné výši všech vkladů)
- do společnosti jde vložit i nepeněžitý vklad

⁶ Srov. ZÁKONY 2009/II.

Nevýhody:

- nutný počáteční kapitál
- zisk společnosti je zdaněn daní z příjmů právnických osob, vyplacené podíly na zisku jsou dále zdaněny srážkovou daní
- větší administrativní náročnost na chod společnost (svolávání valných hromad, zápisy z nich, ustanovení jednatele)

2.6.2. Výhody a nevýhody akciové společnosti

Výhody:

- akcionáři neručí za závazky společnosti
- společnost je dobře vnímaná obchodními partnery (dobrý přístup k cizímu kapitálu)
- vyplacené dividendy nepodléhají pojistnému sociálního pojištění

Nevýhody:

- nutný vysoký základní kapitál
- administrativně je více náročné založení a také řízení společnosti
- platí tu povinnost sestavování výroční zprávy a ověření účetní závěrky auditorskou společností
- zisk společnosti je zdaněn daní z příjmů právnických osob, vyplacené dividendy ze zisku jsou následně zdaněny srážkovou daní

2.7. Obchodní společnosti osobní

Osobní společnosti jsou zakládány a vlastněny dvěma a více osobami. Je to právní forma podnikání, která odstraňuje některé nevýhody podniku jednotlivce, například může zvýšit ručitelský kapitál, umožňuje zaměstnávat specialisty, ale je neustále těsně spojena s konkrétními vlastníky. Úspěch osobní společnosti rovněž závisí na vzájemných vztazích společníků. Právní úprava ČR rozlišuje dva typy osobních společností:

- veřejná obchodní společnost a
- komanditní společnosti

2.7.1. Výhody a nevýhody veřejné obchodní společnost

Výhody:

- počáteční kapitál není nutností
- zisk podléhá pouze dani z příjmu fyzických osob
- dobrý přístup k cizímu kapitálu

Nevýhody:

- vysokou míru rizika přináší neomezené ručení
- založit ji mohou minimálně dva společníci
- Možné konflikty při řízení společnosti, protože každý ze společníků je statutárním orgánem
- zákaz konkurence pro společníky

2.7.2. Výhody a nevýhody komanditní společnost

Výhody:

- Není potřebný vysoký počáteční kapitál
- pro komplementáře zdanění daní z příjmu fyzických osob
- komandista může nahlížet do účetních knih a zmocnit auditora ke kontrole účetní závěrky

Nevýhody:

- neomezené ručení komplementářů
- administrativně náročnější vznik, je nutné sepsání společenské smlouvy
- možné rozpory mezi komandisty a komplementáři, protože každý z nich nese jinou míru rizika

2.8. Družstvo

Družstvo je společenstvím neuzavřeného počtu osob založeným za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních nebo jiných potřeb svých členů. Družstvo je právnickou osobou a za porušení svých závazků odpovídá celým svým majetkem. Členové neručí za závazky družstva.

2.8.1. Výhody a nevýhody

Výhody:

- členové neručí za závazky družstva
- jednoduché vstoupení a vystoupení členů z družstva
- členové družstva mají rovné postavení

Nevýhody:

- vytváření nedělitelného fondu
- je potřeba vyšší počet členů pro založení družstva
- zisk družstva je zdaněn daní z příjmů právnických osob, vyplacené podíly na zisku jsou dále zdaněny srážkovou daní

Jako nejvhodnější právní formy pro potřeby drobného podniku bych zvolil společnost s ručením omezeným nebo fyzickou osobu podnikající na základě živnostenského oprávnění.

Tabulka 1: srovnání vybraných výhod a nevýhod s.r.o. a fyzické osoby

Základní kapitál	200 000 Kč	0 Kč
Ručení	Do výše souhrnu nesplacených částí vkladu všech společníků podle stavu zápisu v obchodním rejstříku	Celým svým majetkem
Administrativní náročnost založení	Náročnější	Méně náročné
Daňové aspekty a platby sociálního pojištění	Vyplacené podíly na zisku společníkům – fyzickým osobám nepodléhají pojistnému sociálního zabezpečení. Zisk společnosti je zdaněn daní z příjmů právnických osob a vyplacené podíly na zisku se dále zdaní srážkovou daní Odvody na sociální a zdravotní pojištění vycházejí z příjmu ze závislé činnosti.	Možnost uplatnit výdaje pro zjištění dílčího základu daně paušální částkou. Příjmy z podnikání jsou zdaněny daní z příjmů fyzických osob a je možno uplatnit nezdanitelné částky a jiné odpočitatelné položky. Odvody na sociální a zdravotní pojištění vycházejí z veškerých příjmů.

Zdroj: vlastní zpracování

II. Praktická část

Zde zpracuji veškeré informace potřebné pro založení společnosti.

3. Podnikatelský záměr kavárny

Příprava koktejlů, nápojů a servírování jídla je pro mě zábavou již od mala, proto jsem se rozhodl založit vlastní podnik. Zrealizovat tak vlastní koníček.

3.1. Podnikatelský subjekt

Tento podnikatelský plán bude představovat projekt založení a následného provozu kavárny (baru) v centru města Olomouce. Bude se jednat o Maruška s.r.o.. Z názvu lze poznat, že se jedná o společnost s ručením omezeným. Ta bude založena dvěma společníky

Jan Tisoň, zkušený provozní, který působil v několika kavárnách v Olomouci. Nyní zaměstnán ve společnosti XY, kde i nadále vykonává činnost provozního. Vzhledem k tomu, že má potřebné znalosti k vedení lidí a jednání s lidmi, bude z počátku vystupovat jako její hlavní zástupce.

Druhý zakladatel má vzdělání ekonomického směru, disponuje zkušenostmi z provozů několika kaváren v různých městech.

Ovšem veškeré jednání bude směřováno na oba tyto zakladatele, aby došlo k shodného závěru na obou stranách.

3.2. Předmět podnikání

Předmětem podnikání společnosti Maruška s.r.o. bude hlavně hostinská činnost. Pro nás bude charakteristický prodej široké palety speciálních zákusků a sladkých dobrot, vlastní vyráběné zmrzliny, podle receptury získané z původní cukrárny Maruška ze které se budou vyrábět moderní poháry, čerstvě připravované různé housky, sandwiche.

Dalším lákadlem pro zákazníky bude nabídka velkého množství druhů alkoholických i nealkoholických nápojů, nebude samozřejmě chybět u Čechů tolik oblíbené pivo, nových druhů koktejlů a káv. espresso, capucino a nebo latte machiato zná každý, proč jim tedy nenabídnout něco výjimečného, co oslní jejich chuťové buňky.

3.3. Cíle podniku

Hlavním cílem bude spokojenost zákazníků na té nejvyšší úrovni. To bude prvořadý úkol, abychom se vypořádali co zákazníci přesně chtějí, potřebují. Vzhledem k tomu, že Jan Tisoň působil již v několika provozech, tak ví, co tzv. na Olomoučany platí, což bude obrovský výhoda. Musíme se snažit uspokojit každého zákazníka.

Chystáme se rozšířit výrobu i do jiných měst a pokusit se nabídnout sortiment zákusků do jiných provozoven. Samozřejmě v okolí Olomouce, jelikož by došlo k znehodnocení kvality při rozvozu do vzdálenějších míst. Víím, že panuje v tomto odvětví vysoká konkurence po Olomouci, ale my nabídneme nový, neokoukaný sortiment čerstvých zákusků, které dosavadní firmy neposkytují.

4. Analýza podnikatelského prostředí

Před samotným zahájením návrhu jednotlivých plánů podnikatelského záměru je nutné analyzovat okolí firmy. Prostředí, v němž se firma nachází zahrnuje faktory, které na jedné straně vytváří potencionální podnikatelské příležitosti, ale na straně druhé mohou pro firmu představovat hrozby.

4.1. Porterův model

- **Jaké je nebezpečí vstupu do odvětví a odkud přichází?**

Nebezpečí vstupu na zavedený trh, kde se berou nově příchozí jako někdo, kdo se musí co nejrychleji odstranit je obrovské. Podnik bude ale situován na jednom z nejfrekventovanějších míst v Olomouci a také „ve vchodu“ do centra, takže vsázíme na to, že potenciální zákazníky zaujmeme jako první a oni náš podnik navštíví.

Dalším přínosem bude tradice, na kterou zákazníci jistě nezapomněli, a budou zvědaví, jak si kavárna stojí nyní, proto bude důležité aby při první návštěvě byli opravdu spokojeni a opět přišli.

- **Kde jsou stávající a potencionální náhradí výrobci a jaký je vliv na organizaci a odvětví?**

Pokus se na to podíváme z obecného hlediska, tak je podniků dost, které by nám mohli konkurovat, ale jsou to hlavně restaurace a nebo klasické hospody. Ovšem každý však má víceméně podobný sortiment služeb, pokud by zákazník chtěl něco speciálního, moderního a nebo ochutnat tradici, pokusíme se jeho tužby co nejvíce uspokojit.

Zákazník uvidí snahu pomoci mu a příště se na nás opět obrátí. Nejdůležitější je ale první pohled, který si na náš podnik zákazník udělá, proto jsme oslovili Janu Vítkovou, díky kterému jsme vytvořili unikátní prostředí, ve kterém se zákazník cítí „jako v bavlnce“.

- **Kdo jsou naši dodavatelé a jaká je jejich síla ?**

Mezi naše dodavatele patří společnosti, jako je například Coca-cola, Pepsi Cola, Segafredo, velkoobchod Makro a vinařství Velké Pavlovice. Tyto společnosti dělají sami sobě velkou reklamu a pro nás je výhodné této přednosti využít.

- **Kde jsou naši současní nebo potencionální konkurenti a jak intenzivní je konkurenční rivalita?**

Do přímého konkurenčního boje se dostaneme s podnikem CAFFEE DESTINY, dále potom cukrárna, kavárna OPERA, cukrárna MAHLER. Všechny tyto provozy jsou zaměřeny na přípravu kávových nápojů, koktejlů, zmrzlinových pohárů, zákusků, apod. Jejich výhodou je samozřejmě už zavedené jméno na tomto trhu. Samozřejmě potenciální konkurenti jsou všechny ostatní olomoucké bary, kavárny, hospody, vinárny apod., protože nabízí podobný druh služeb jako náš podnik.

Ovšem Maruška bude spojena s tradicí v moderním pojetí 21. století. Lidé budou zvědaví na novou cukrárnu. Sortiment, který nabídneme, připravované speciality, moderně servírované a přístup k zákazníkovi nemá v Olomouci konkurence

4.2. SWOT analýza

Tabulka 2: SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
Kvalita výrobků	Příprava sandwichů, baget...
Sortiment	
Tradice	
Kvalita služeb	
Předzahrádka	
Poloha podniku	
Příležitosti	Hrozby
Růst na trhu	Malá návštěvnost?
Konkurovat na vysoké úrovni	Nedostatek personálu

Zdroj: vlastní zpracování

4.3. PEST Analýza

▪ Politické

Důležitým faktorem je změna sazby daně z příjmů právnických osob z loňských 21% na letošních 20%. Pozitivní je i to že v roce 2010 by tato sazba měla dosáhnou 19%. Od této daně se odvíjí hodnota čistého hospodářského výsledku, který plyne z činností podniku. I když se nepočítá s velkou návštěvností obyvatel dosahujících důchodového věku, tak i přesto pro nás může být důležitá výše jejich důchodů. Důchodci, kteří s problémy zaplatí nájemné a další věci potřebné k jejich přežití už nebudou mít peníze na to, aby mohli navštívit náš podnik, tím bychom byli samozřejmě tratní i my. Ten samý příklad se nám nabízí i v problematice žen na mateřské dovolené.

Vedení kavárny bude řešit problémy s magistrátem města Olomouce a také především s majitelem domu. Jelikož je firma v nájmu, majitel si může diktovat podmínky, ale to bude ošetřeno samozřejmě nájemní smlouvou. Výměna politického obsazení na radnici, by taktéž zbytečně zkomplikovala veškerá probíhající jednání.

- **Ekonomické**

Jedním z nejdůležitějších ekonomických faktorů pro nás bude míra inflace. S rostoucí inflací budou mít peníze menší hodnotu než mají v současnosti, my díky tomu nebudeme moci koupit například větší množství prodáváných produktů a naši zákazníci si díky inflaci zase nebudou moci dovolit u nás za tyto produkty nechat tolik peněz. Financování bude pouze vlastních zdrojů, takže nás nemusí tížit žádné úrokové sazby z úvěru.

- **Sociální**

Nejdůležitějším sociálním faktorem působícím na naši a nejen na naši společnost bude míra nezaměstnanosti. Můžeme se na to podívat hned za dvou směrů. První směr může být poptávka po zaměstnancích a druhý směr bereme jako poptávku po zákaznících. V prvním směru pro nás může být výhodnější vyšší míra nezaměstnanosti, protože bychom měli větší možnost vybrat si ty správné zaměstnance. V druhém směru pro nás bude výhodnější co nejnižší míra nezaměstnanosti, protože lidé, kteří pracují mají větší možnost utrácet než lidé kteří práci nemají.

- **Technické a technologické faktory**

Pokud se naše společnost bude chtít držet nejnovějších trendů v oblasti námi používané techniky, například počítač, software, klimatizace, pokladna apod., bude to pro nás znamenat nemalé položky, které bude muset firma vydat, protože moderní technologie nám přímo „roste před očima“. Jelikož jsme výrobní podnik budou náklady na inovace dosahovat astronomických výšin. Důležitou roli zde také můžou hrát neustálé nároky na snižování spotřeby energie, s tím je spojen také nákup nových spotřebičů - převážně bílé techniky, například lednice, ledovač mrazák apod.

5. Zdroje financování

Jednou z nejdůležitějších součástí přípravných prací spojených se založením firmy je zpracování zakladatelského rozpočtu a také podnikatelského plánu. Podnikatel, který uvažuje o založení firmy si musí položit otázku, v čem a jak bude podnikat a následně tyto úvahy musí promítnout do finanční podoby.⁷

5.1. Zdroje financování

Každý projekt má svou kapitálovou náročnost. K financování mého projektu budou zapotřebí necelé 4 miliony Kč.

Tyto zdroje budou získány vkladem obou společníků v poměru každý 50%.

5.2. Zakladatelský rozpočet

Úkolem zakladatelského rozpočtu je specifikovat a kvantifikovat finanční prostředky, které jsou potřeba k zahájení podnikání. Zahájení podnikání můžeme rozdělit do několika stádií a ta jsou:

- založení firmy
- zahájení podnikatelské činnosti
- stabilizace podnikatelské činnosti

Těmto stádiím odpovídá také režim financování ze startovního kapitálu a režim běžného financování.⁸

5.3. Rozpočet potřeby startovacího kapitálu

Při zahájení podnikatelské činnosti náklady podstatně převyšují výnosy, u toho typu projektu. Vykazování ztráty ovšem není nic neobvyklého, ale je nutné ztrátu řídit a financovat. Míru rizika můžeme snížit tím, že přesně odhadneme potřeby finančních prostředků. Potřebnou výši finančních prostředků, které budou nutné k zahájení podnikání můžeme rozdělit do čtyř skupin.

⁷ Srov. VEBER, J.; SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*.

⁸ Srov. VEBER, J.; SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*, str. 95

- **Finanční prostředky nutné k založení firmy**

Na založení firmy, je nutné počítat s nezbytnými finančními prostředky, jako je základní kapitál poplatky za vydání živnostenských listů, poplatky za výpis z rejstříku trestů, ověření listin, zápis do obchodního rejstříku apod. Samozřejmě vznikají i náklady, které tak nezbytné nejsou, ale celá řada podnikatelů je realizuje. Jsou to věci jako například návrh loga společnosti, razítka, webové stránky, informační materiály apod.

Nezbytné náklady pro nás nebudou žádné, jelikož veškeré zmiňované věci, si budeme obstarávat sami. Jak tvorba webové prezentace, tak tvorba menu, loga, razítka, atd.

- **Finanční prostředky na nákup zařízení a vybavení**

Týká se takových záležitostí jako je technické vybavení, sociální vybavení, administrativní zabezpečení podniku. Naše firma bude obstarávat veškeré vybavení nákupem za hotové, takže nebude využívat žádných služeb leasingových společností, pronájmů apod.

- **Finanční prostředky vložené na nákup OM**

Bude velice obtížné stanovit vhodné množství surovin tak, aby bylo optimální pro provoz v začátcích firmy. Faktorů ovlivňujících tento propočet je celá řada – podíl, jakým suroviny, materiály nebo nakoupené zboží vstupují do finálního produktu, či služby, doba, po kterou jsou vázány ve skladech, než jsou prodány konečnému zákazníkovi, doba za kterou jsou produkty či služby zákazníkem zaplacený. Respektovat se samozřejmě musí i dohodnuté splatnosti faktur za dodané vstupy.

- **Finanční prostředky určené k zahájení činnosti**

Je to vlastně financování provozní činnosti do té doby, než bude zabezpečeno financování z tržeb. Běžný chod firmy se neobejde bez profinancování provozních nákladů, jako jsou mzdy zaměstnanců, náklady na energii, vodu, telekomunikační služby, dopravu, běžnou údržbu apod. Navíc se u začínající firmy nelze vyhnout některým nutným úvodním provozním nákladům jako jsou hygienická měření,

proškolení pracovníků z bezpečnosti práce a požární ochrany, úhrady pojištění apod. Nezanedbatelnou částku mohou činit náklady na propagační kampaně.⁹

Veškeré tyto náklady budou financovány z vlastních zdrojů společníků.

Tabulka 3: zakladatelský rozpočet – rozpočet startovního kapitálu

	Strana potřeb finančních prostředků	Strana zdrojů financování	
→	Založení firmy	Vlastní finanční prostředky podnikatele	←
→	Nákup zařízení a vybavení	Cizí zdroje – úvěry, půjčky, leasing	←
→	Pořízení oběžného majetku		
→	Zahájení podnikatelské činnosti		
	Zdroj: vlastní zpracování		

5.4. Režim běžného financování

Vedle stanovené potřeby finančních prostředků, nutných na založení podniku, a následnému zahájení podnikatelské činnosti je potřebné naplánovat i předpokládané výnosy, náklady a hospodářský výsledek v daném časovém období. Tak se může zjistit zda bude firma schopna dosahovat zisku, kdy ho bude schopna dosáhnout a jaká vůbec bude výše teoretického zisku v daném období. Díky těmto propočtům budeme schopni odhadnout, kdy bude firma moci zaplatit vložené prostředky. Hlavně v případech, kdy zisk nenastane nebo třeba nastane, ale ne v takové výši, jakou jsme si představovali, musíme začít hledat možnosti zvyšování zisku, například pomocí zvýšení tržeb a výkonů a nebo naopak možnosti snižování nákladů.¹⁰

⁹ Srov. VEBER, J.; SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*, str. 96

¹⁰ Srov. VEBER, J.; SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*, str. 97

6. Samotný vznik podnikatelského subjektu

Název podniku

Maruška s.r.o.

Adresa provozovny

28. Října 2, 779 00, Olomouc

Založena ke dni

1.9.2009

Předmět podnikání

- hostinská činnost
- pekařství, cukrářství
- obchodní činnost - koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej
- zprostředkovatelská činnost

Právní forma podnikání

Společnost s ručením omezeným

Společníci

Kamil Vítek

Jan Tisoň

Jednatel

Jan Tisoň

Kamil Vítek

Počet zaměstnanců

2 Barmani

2 kuchaři

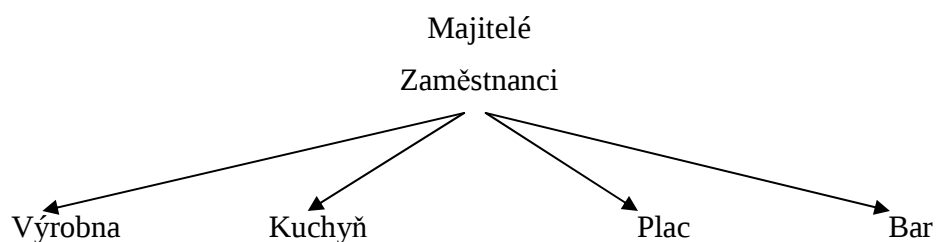
4 Číšníci

4 Cukrářky

7. Návrh

V této kapitole popisují vlastní podnikatelský projekt a analyzovat jednotlivé části.

7.1. Organizační struktura



Firma předpokládá 12 zaměstnanců, rozdělených dle jejich profese, kvalifikace na příslušné pozice. Dále budou zaměstnanci rozděleni do dvou skupin pracujících na směny tzn. krátký, dlouhý týden.

Každý den bude potřeba na chod kavárny 4 zaměstnanci + provozní - majitel + uklízečka. Ve výrobně je třeba 2 cukrářek. Příchod zaměstnanců do práce bude evidován v knize příchodů a odchodů v papírové formě. Každý ze zaměstnanců bude mít dané povinnosti, co musí splnit, před příchodem zákazníků. V letních měsících jistě nebude pracovní síla postačovat, proto bude nutné zajistit pomocnou pracovní sílu.

- **Začátek pracovní doby dle profese, konec dle potřeby, po zaběhnutí provozu. Předpokládaný uveden v závorce.**

První číšník 7.30 – (21.00)

Druhý číšník 8.30 – (22.00)

Cukrářky 6.00 – (15.00)

Uklízečka 6.00 – (8.30)

Kuchař 6.30 – (22.00)

Tabulka 4: otevírací doba kavárny

Pondělí	8.30	-	22.00
Úterý	8.30	-	22.00
Středa	8.30	-	22.00
Čtvrtek	8.30	-	22.00
Pátek	8.30	-	22.00
Sobota	8.30	-	22.00
Neděle	10.00	-	21.00

Zdroj: vlastní zpracování

7.2. Marketingová strategie

Zaměřím se na 4P marketingového mixu.

▪ Produkt

Zde patří nabízený sortiment v kavárně. Dále potom jeho servírování zákazníkovi, celkový dojem nabízeného zboží, služeb. V naší kavárně bude nabízený sortiment opravdu rozsáhlý. V menu najdeme alkoholické i nealkoholické nápoje, teplé nápoje, nápoje chlazené, pohár,y moučníky, zmrzlinové speciality, sandwiche. Počítáme s prodejem v naší provozovně ale i také s expedicí do obchodů, jiných provozů.

▪ Cena

Výše ceny nabízených produktů je určena polohou kavárny, prostředím, v jakém tráví hosté čas. Ve srovnání s konkurencí jsou buď stejné a nebo vyšší. Ovšem musíme brát zřetel na servis zákazníkovi.

▪ Místo

Kavárna se nachází přímo v centru na Horním náměstí v Olomouci, ulice 28. Října. Dům je ve vlastnictví majitele: pan Maruška. Jedná se o velice frekventované místo v Olomouci, kde denně projde tisíce lidí.

▪ Propagace

Vím, že dobré jméno kavárny a tradice, která se ještě nevytratila z podvědomí občanu, postačí k tomu, aby návštěvnost byla obrovská. Samozřejmostí bude velkolepé otevření s propagací v mediálních prostředcích.

7.3. Rizika projektu

Jak bylo zmiňováno, je zapotřebí rizika analyzovat a předcházet jim. Rizikem pro tento projekt může být nespolehlivost dodavatelů. V případě nedostatku surovin, by nebylo možné vyrábět a hrozila by ztráta zákazníků.

Dalším rizikem může být závada technického charakteru na výrobním zařízení, i když stroje budou naprosto nové, v záruční době, bude zapotřebí určitého školení.

Riziko se dále naskýtá nezvyklostí provozu, což znamená, zaběhnutí chodu kavárny do běžného provozu.

Volby, politické seskupení na radnici.

7.4. Informační struktura

Předpokládáme dva počítače, se softwarem Windows Vista business, MS Office 2007. Jeden z počítačů bude využíván pro správu elektronických pokladen se softwarem GASTRO OMEGA, který eviduje veškerý pohyb zboží ve firmě. To znamená zápis dodávek do tohoto systému pod určitým kódem PLU¹¹, vytvoření receptur příslušných nabízených jídel¹². Program sám hlídá odpis produktu, dle namarkovaného zboží na pokladnách.

V kavárně budou dvě pokladny s čipovým systémem přihlašování. Každý z obsluhujícího personálu vlastní čipový klíč pro přihlášení do systému pod určitým ID klíče. Pokladny umožňují vytvoření jednotlivých účtů zákazníků, jednotlivý výpis položek z účtu, celkový přehled otevřených účtů. Dále potom finanční zprávu pokladny, kde je vypsána celková tržba na pokladně a přehled tržeb zaměstnanců podle ID klíče.

Snažíme se urychlit příjem objednávek do systému a po sléze vydáním sortimentu zakoupením bezdrátového zařízení ODERMAN, které má urychlit práci číšníkům při zapisování objednávek na účtenky a potom následného přepisu do pokladen. Systém je tvořen z antény připojené k pokladně a elektronickým přijímačem s dotykovým displejem.

¹¹ Každé zboží ve firmě má přiřazeno číslo, pod kterým probíhá jeho veškerá evidence

¹² Každé nabízené jídlo je tvořeno z několika ingrediencí, což je uloženo v systému a při namarkování jsou odečteny konkrétní položky z receptury daného jídla.

Druhý počítač bude využíván k emailové korespondenci, tisku faktur, zpracování účetnictví v ekonomickém systému POHODA 2008 a běžným potřebám provozního.

Kavárna bude monitorována 6 průmyslových kamerami, které snímají počínání personálu a zákazníků. Záznam je ukládán po dobu 14 dnů.

7.5. Výrobní plán

Výrobu produktů bude probíhat ruční výrobou cukrářek za pomoci vybavení, k tomu určeného. Vybrané receptury zákusků, koláčů jsou uloženy u majitelů firmy. Předpokládá se výroba 210 kusů zákusků na den. Samozřejmostí bude čerstvost, jelikož se výroba nachází přímou prodejny, budou se péct ty zákusky, které budou potřeba, které jdou na odbyt. Pracovní postupy budou ujasněny vybraným uchazečkám o práci.

Tabulka 5: předpokládaná výroba

Název položky	Výrobní N (Kč)	Prodejní Cena (Kč)	Počet KS /den
Jahodový	8	35	20
Malinový	8	35	20
Ovocný	8	35	20
Kiwi	8	35	10
Větrník	8	15	15
Pařížský rohlíček	7	12	15
Koňaková špička	4	12	15
Jogurtový	5	35	20
Crepe brúle	6,50	26	10
Ořechová hrudka	4,50	15	20
Nugatovo-čokoládový	8	34	20
Medovník	10	35	20

Zdroj: vlastní zpracován

7.6. Rekonstrukce

Je zapotřebí provést úpravu stávajícího objektu. Bourací práce, omítky, fasády, usazení nových zárubní, dveří, výměna oken, pokládka podlah, zavést kvalitní vzduchotechniku – klimatizace.

- Úpravu objektu zajišťuje stavení firma REKOS, s. r. o. působící v Olomouci.
- Elektroinstalace provede pan Miroslav Vitek - živnostník.
- Podlahy– Pan Krutil – živnostník
- Vzduchotechnika - ABOS, s. r. o. Olomouc

Tabulka 6: Finanční návrh - rekonstrukce

Kč

Náklady na rekonstrukci	1 544 000
Stavební práce	950 000
Elektroinstalace	55 000
Vzduchotechnika	200 000
Podlahy	100 000
Výměna oken	150 000
Sociální zařízení	
Obklady - veškeré	29 000
Vybavení	60 000

Zdroj: vlastní zpracování

7.7. Dodavatelé, financování, bonusy

Naše firma bude spolupracovat s dodavatelem nápojů Maneo s. r. o. a to značek: Coca-Cola, Lipton, džusy Rauch. Vína budeme odebírat z vinařství Velké Pavlovice.

Spolupráce bude nejspíše navázána (jedná se) s pivovarem Plzeňský prazdroj. Na základě odhadnutých odběrů nápojů, nám firmy poskytly nabídky, na dovybavení provozovny.

Tabulka 7: přehled vybavení od Dodavatelů

Kč

Coca-Cola		
	Markýza – předzahrádka	200 000
	Menu – příspěvek	20 000
Rauch		
	Reklamní předměty	20 000
Vinařství Velké Pavlovice		
	Sklo	20 000
	Barmanské potřeby	10 000
Plzeňská prazdroj		
	Výčep	40 000

Zdroj: vlastní zpracování

8. Zakladatelský rozpočet

Představuje, kolik prostředků plyne do společnosti, na jaké účely jsou využity, jakou hotovost má firma k dispozici a jaká její finanční pozice. Měl by poskytovat informace o tom, kdy bude dosaženo zisku.

Tabulka 8: rozpočet

	Kč
Základní kapitál	4 000 000
Náklady na rekonstrukci	1 544 000
Návrh loga společnosti	0
Webové stránky	1200
Informační materiály	
Návrh	0
Tisk MENU	20 000
Založení s.r.o.	48 000 ¹³
Celkem	1 613 200

Zdroj: vlastní zpracování

- ¹³ příprava potřebné dokumentace, včetně zakladatelských dokumentů společnosti
- uspořádání valné hromady
- zastupování klienta při jednání s úřady státní správy (živnostenský úřad, finanční úřad)
- ohlášení živností a vyzvednutí živnostenských listů, popř. koncesních listin
- podání návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku
- registraci nové společnosti k dani z příjmů právnických osob, případně k dalším daním

8.1. Finanční prostředky na nákup vybavení a zařízení provozovny

Tabulka 9: vybavení a zařízení provozovny

Název položky	Počet Ks	Kč	Celkem Kč
Stůl vnitřní	15	7 499	112 485
Stůl venkovní	15	4 898	73 470
Židle vnitřní	20	2 150	43 000
Židle venkovní	35	1 859	65 065
Box vnitřní			60 000
Barová stolička	8	1 799	14 392
Baterie	3	1890	15670
Dřez	1	2 500	2 500
Myčka	2	18 790	37 580
Mrazicí skříň	1	8 900	8 900
Chladicí skříň	1	13 250	13 250
Výrobník ledu	1	3 000	3 000
Výrobník tříště	1	3 100	3 100
Mikrovlná trouba	2	1 200	2 400
Software	1	25 000	25 000
Audio příslušenství		18 560	18 560
Příprava nápojů		5 000	5 000
Nože		4 000	4 000
Dekorace		18 500	18 500
Porcelán		18 000	18 000
Sklenice		13 000	13 000
Přístroje		9 000	9 000
Tiskárna	1	3 100	3 100
LCD	1	8 000	8 000
Počítač	1	15 000	15 000
Kanc. potřeby		3 500	3 500
Vinotéka	2	10 000	40 000
Mixér	1	1 600	1600
Odšťavňovač	1	3 560	3560
Pokladní systém Oderman	2	18 980	37 960
Ostatní...		10 000	10 000

Celkem

678 592

Zdroj: vlastní zpracování

8.2. Finanční prostředky na nákup vybavení a zařízení výroby

Tabulka 10: vybavení výroby

Název položky	Počet Ks	Kč	Celkem Kč
Pečící trouba	2	24 560	24 560
Mikrovlnná trouba	1	1 500	1 500
Míchač těsta	1	4 850	4 850
Robot	2	3 560	3 560
Ruční robot	3	2 190	6 570
Mixér	2	2 000	4 000
Pracovní pomůcky			11 000
Nerez stoly			17 600
Nádoby			9 800
Baterie	2	1 890	1 890
Dřez	2	2 250	5 000
Varná deska plynová	1	15 600	15 600
Ostatní...		10 000	20 000
Celkem			125 930

Zdroj: vlastní zpracování

8.3. Finanční prostředky na nákup vybavení a zařízení kuchyně

Tabulka 11: vybavení kuchyně

Název položky	Počet Ks	Kč	Celkem Kč
Varná deska plynová	1	15 600	15 600
Pracovní nádobí		9 800	9 800
Příbory, nože		5 000	5 000
Pracovní pomůcky		4 800	4 800
Mikrovlnná trouba	1	1 500	1 500
Nerez stoly		9 000	9 000
Chladicí skříň	2	13 400	26 800
Mrazicí skříň	2	9 300	18 600
Dřez	2	2 250	4 500
Baterie	1	1 890	1 890
Pečící trouba		10 560	10 560
Celkem			108 050

Zdroj: vlastní zpracování

8.4. Finanční prostředky vložené do nákupu oběžného Majetku - měsíc

Tabulka 12: finanční prostředky – OM - měsíc

	Kč
Nealkoholické nápoje	100 000
Alkoholické nápoje	70 000
Káva	30 000
Tabákové výrobky	10 000
Pochutiny	10 000
Hygienické potřeby	15 000
Ovoce	20 000
Zelenina	15 000
Potraviny	20 000
Přísady	10 000
Celkem	300 000

Zdroj: vlastní zpracování

8.5. Finanční prostředky na zahájení podnikatelské činnosti (měsíční náklady)

Tabulka 13: zahájení činnosti

	Kč
Nájemné	86 000
Hrubé Mzdy	
Číšník	2*13 000/měsíc 26 000
Barman	2*16 000/měsíc 30 000
Cukrářka	2*12 000/měsíc 24 000
Kuchař	2*16 000/měsíc 32 000
Společník	2*50 000/měsíc 100 000
Soc. pojištění - ZAM	37 563
Zdravotní pojištění - ZAM	13 540
Režijní náklady	
Telefon, Internet, Cestovné, Inkaso	19 000
Celkem	349 103

Zdroj: vlastní zpracování

8.6. Počáteční kapitál

Tabulka 14: počáteční kapitál + provoz v prvním měsíci

Kč

Náklady na rekonstrukci	1 544 000
Ostatní náklady nutné k založení společnosti	69 200
Vybavení a zařízení	
Provozovna	678 592
Výrobna	125 930
Kuchyň	108 050
Celkem	2 525 772
Náklady na pořízení oběžného majetku	300 000
Nájemné	86 000
Mzdy	244 103
Režijní náklady	19 000
Celkem	649 103
Celkem	3 174 875
Vklad společníků	4 000 000

Zdroj: vlastní zpracování

9. Režim běžného financování

9.1. Roční plán nákladů a výnosů

Tabulka 15: roční náklady

		Kč
Náklady na pořízení OM	12*300 000	3 600 000
Mzdové náklady	12*244 103	2 929 236
Nájemné	12*86 000	1 032 000
Režijní náklady	12*19 000	228 000

Celkem

7 789 236

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 16: roční výnosy

		Kč
Zboží		395 000
Kuchyň		105 000
Výrobna		221 000
Celkem		721 000
Tržby za prodané zboží	12*721 000	8 652 000

Zdroj: vlastní zpracování

9.2. Odhad hospodářského výsledku

Tabulka 17: odhad h. výsledek 2009

	Kč
Roční výnosy	8 652 000
Roční náklady	7 789 236
Hospodářský výsledek před zdaněním (ZISK)	862 764
Základ daně	863 000
Daň z příjmu právnických osob	172 600
Hospodářský výsledek po zdanění	690 400

Zdroj: vlastní zpracování

9.3. Doba návratnosti

Tabulka 18: doba návratnosti		Kč
Vklad		4 000 000
Pořizovací náklady		3 174 875
Čistý zisk		1 890 400
Doba návratnosti		1 rok a 7 měsíců
Zdroj: vlastní zpracování		

Závěr

Pro mnoho lidí je podnikání symbolem bohatství a nic nedělání. Ovšem po zkušenostech vím, že se jedná o velice náročnou práci. Hlavním důvodem, proč se pouštím tedy do této práce je svoboda a následná majetková a finanční nezávislost.

Ovšem prioritou je pro mě ukázat lidem perfektně fungující podnik se širokým kvalitním sortimentem pro spokojenost zákazníků. Pokusím se zavděčit většině návštěvníků. I když vím, že se jedná o nelehký úkol, bude pro mě tato vize jasná. Zákazník bude na prvním místě a za každou cenu vyhovím jeho požadavkům, pokud to bude v našich silách. Vsázím na kvalitní tradiční čerstvé suroviny moderně naservírované.

Při zpracování problematiky podniku jsem použil dostupné literární zdroje spolu se zdroji získaných na internetu. V teoretické části jsem se zaměřil na podnikatelský plán a rozebral výhody, nevýhody známých forem podnikání. V závěru teoretické části jsem porovnal největší favority v tabulce a rozhodl se pro společnost s ručením omezeným.

V praktické části jsem začal vypracovávat konkrétní projekt s veškerými potřebnými informacemi k založení firmy. Můj podnikatelský plán vysvětluje, proč jsem si tento obor vybral, jaké produkty a s jakým servisem je budu prezentovat zákazníkům. Věnoval jsem se třem druhům analýz a zjistil, za jakých okolností bude firma vstupovat na trh v Olomouci. Neopomenul jsem získání potřebných finančních zdrojů a celkové zafinancování projektu.

Z výsledků finanční analýzy jsem přesvědčen o tom, že Olomouc je schopna přijmout cukrárnu Maruška a věřím v to, že se stane vyhledávaná v širokém okolí. Budu o to usilovat ze všech sil.

Seznam použité literatury

Knihy

01. CASSON, Herbert Newton. Jak zahájit a úspěšně rozvíjet podnikání. 1994. ISBN 1-1003.315.
02. FOTR, J. a SOUČEK, I. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2005. ISBN 80-247-0939-2.
03. FOTR, J. Příprava hodnocení podnikatelských projektů. 1993. ISBN 80-7079-759-2.
04. HAMMER, Michael. Agenda 21 : co musí každý podnik udělat pro úspěch v 21. století. 2002. ISBN 2-1111.384.
05. LANGDON, Ken. 100 tipů jak začít úspěšně podnikat. 2005. ISBN 1-1159.583.
06. NOVOTNÝ, Z., a kol. Podniková ekonomika 4. 2006. ISBN 80-86181-35-9.
07. Srov. VEBER, J.; SRPOVÁ, J. a kol. Podnikání malé a střední firmy.
08. Srov. ZÁKONY 2009/II.
09. WUPPERFELD, U. Podnikatelský plán pro úspěšný start. 2003. ISBN 80-7261-075-9.

Časopisy

10. **Prosperita, Rix, s. r. o., 2008, č. 10**
11. 5P : (Nejen) inzertní časopis : potřebný Pomocník Pro Perspektivní Podnikatele, 2008, č.10

Zákony a vládní vyhlášky

12. BEŇOVÁ, Kamila. Daně a daňová soustava. 2007. ISBN 3-1201.704.

Internetové portály

13. Podnikatel. [online]. 2009. [cit. 2009-05-05]
Dostupné z: <http://www.podnikatel.cz/clanky/podnikatel-cz-v-modernim-kabate-co-nabizi-nove/>
14. BusinessInfo. [online]. 2009. [cit. 2009-05-11]
Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/podpora-podnikani-dotace/1000438/>

10. Seznam Tabulek

TABULKA 1: SROVNÁNÍ VYBRANÝCH VÝHOD A NEVÝHOD S.R.O. A FYZICKÉ OSOBY	29
TABULKA 2: SWOT ANALÝZA	33
TABULKA 3: ZAKLADATELSKÝ ROZPOČET – ROZPOČET STARTOVNÍHO KAPITÁLU	37
TABULKA 4: OTEVÍRACÍ DOBA KAVÁRNY	40
TABULKA 5: PŘEDPOKLÁDANÁ VÝROBA	42
TABULKA 6: FINANČNÍ NÁVRH - REKONSTRUKCE	43
TABULKA 7: PŘEHLED VYBAVENÍ OD DODAVATELŮ	44
TABULKA 8: ROZPOČET	45
TABULKA 9: VYBAVENÍ A ZAŘÍZENÍ PROVOZOVNY	46
TABULKA 10: VYBAVENÍ VÝROBNY	47
TABULKA 11: VYBAVENÍ KUCHYNĚ	47
TABULKA 12: FINANČNÍ PROSTŘEDKY – OM - MĚSÍC	48
TABULKA 13: ZAHÁJENÍ ČINNOSTI	48
TABULKA 14: POČÁTEČNÍ KAPITÁL + PROVOZ V PRVNÍM MĚSÍCI	49
TABULKA 15: ROČNÍ NÁKLADY	50
TABULKA 16: ROČNÍ VÝNOSY	50
TABULKA 17: H. VÝSLEDEK 2009	50
TABULKA 18: DOBA NÁVRATNOSTI	51