



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ

ÚSTAV EKONOMIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUT OF ECONOMICS

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR

BUSINESS PLAN

DIPLOMOVÁ PRÁCE

MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Bc. PETRA PETYRKOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. HELENA HANUŠOVÁ, CSc.

BRNO 2011

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Petyrková Petra, Bc.

Podnikové finance a obchod (6208T090)

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 diplomovou práci s názvem:

Podnikatelský záměr

v anglickém jazyce:

Business Plan

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému, cíle a metod práce

Teoretická východiska práce

Strategická analýza podniku

Finanční plán podniku

Návrh ocenění podniku

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

SEZNAM ODBORNÉ LITERATURY

FOTR, J., DĚDINA, J., HRŮZOVÁ, H. Manažerské rozhodování, 2.uprav. a rozš. vyd. Praha: EKOPRESS, 2000. 231 s. ISBN 80-86119-20-3.

MARTINOVIČOVÁ, D. Základy ekonomiky podniku. 1.vyd. Praha: Alfa Publishing, 2006. 184. s. ISBN 80-86851-80-8.

SYNEK, M. a kol. Manažerská ekonomika. 2.vyd.Praha: Grada Publishing, 2000. 456 s. ISBN 80-247-9069-6.

ZÁKON č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Helena Hanušová, CSc.

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2010/2011.

L. S.

Ing. Tomáš Meluzín, Ph.D.
Ředitel ústavu

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

V Brně, dne 18.05.2011

ABSTRAKT

Tato diplomová práce, zpracovaná jako podnikatelský záměr, se zabývá problematikou založení nové společnosti, analýzou jejího prostředí, stanovením konkurence, sestavením výrobního, marketingového, finančního plánu a hlavním úmyslem je zjistit, jestli bude tento podnik rentabilní.

ABSTRACT

This diploma thesis is worked as a business plan, which deals with founding a new firm, analyze its environment, determining of competitors, preparation of a production plan, marketing plan, financial plan. Main aim of this thesis is to determine if the firm is profitable.

KLÍČOVÁ SLOVA

Podnikatelský záměr, kavárna, průzkum trhu, analýza konkurence, SLEPT analýza, zakladatelský rozpočet, SWOT analýza záměru.

KEY WORDS

Business plan, cafeteria, market research, competition analysis, SLEPT analysis, founding budget, SWOT analysis of plan.

BIBLIOGRAFICKÁ CITACE

PETYRKOVA, P., *Podnikatelský záměr*. BRNO: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2011. s. 83. Vedoucí diplomové práce Ing. Helena Hanušová, CSc.

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

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

V Brně, dne 31. 5. 2011

Podpis autora

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji vedoucí diplomové práce Ing. Heleně Hanušové, CSc. za odborné vedení, které mi poskytla při zpracování diplomové práce.

Obsah

ÚVOD	- 9 -
1 VYMEZENÍ PROBLÉMU, CÍL A METODY PRÁCE	- 11 -
2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA	- 12 -
2.1 Podnikatelský záměr	- 12 -
2.1.1 Struktura podnikatelského záměru	- 12 -
2.1.2 Požadavky podnikatelského záměru	- 13 -
2.2 Vznik nového podniku	- 14 -
2.3 Právní formy podnikání.....	- 16 -
2.3.1 Kritéria pro rozhodování o volbě právní formy podniku	- 16 -
2.3.2 Formy podnikatelské činnosti	- 17 -
2.4 Význam malých a středních podniků.....	- 24 -
2.5 Analýza rizik	- 25 -
2.6 Analýza	- 26 -
2.6.1 SWOT analýza	- 26 -
2.6.2 SLEPT analýza.....	- 27 -
2.7 Marketingový mix.....	- 28 -
2.8 Financování podnikatelských záměrů	- 29 -
3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU	- 31 -
3.1 Analýza problému a oboru podnikání	- 31 -
3.1.1 Analýza obecného okolí podniku.....	- 31 -
3.1.2 Analýza oborového okolí podniku	- 38 -
4 NÁVRH PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU	- 43 -
4.1 Popis podniku.....	- 43 -
4.2 Marketingový mix.....	- 47 -
4.2.1 Produkt (Product).....	- 47 -
4.2.2 Cena (Price).....	- 48 -
4.2.3 Místo (Place).....	- 48 -
4.2.4 Propagace (Promotion).....	- 50 -
4.3 Zakladatelský rozpočet.....	- 51 -
4.4 Organizační plán	- 56 -
4.4.1 Otevírací doba	- 56 -
4.4.2 Pracovní doba.....	- 56 -

4. 4. 3 Organizační struktura	- 58 -
4.4.4 Odměňování zaměstnanců	- 59 -
5.4 Finanční plán.....	- 59 -
5.4.1 Počáteční rozvaha podniku k 1. 8. 2011.....	- 59 -
5.4.2 Předpokládané měsíční výdaje	- 60 -
5.4.3 Plán tržeb.....	- 63 -
5.4.4 Plánovaná rozvaha – rok 2011	- 64 -
5.4.5 Plánovaný výkaz zisků a ztrát – rok 2011	- 65 -
5.4.6 Plánovaný výkaz peněžních toků – rok 2011	- 66 -
5.4.7 Výhled na následujících 5 let	- 68 -
5.5 SWOT analýza podnikatelského záměru	- 71 -
5.6 Harmonogram podnikatelského záměru	- 72 -
5.7 Předpokládaný budoucí rozvoj kavárny	- 73 -
ZÁVĚR	- 75 -
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	- 77 -
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	- 80 -
SEZNAM TABULEK	- 81 -
SEZNAM OBRÁZKŮ	- 82 -
SEZNAM PŘÍLOH	- 83 -

ÚVOD

Končí první dekáda 21. století, ve které je podnikání v pohostinství neustále se rozvíjícím oborem. Zabřehneme-li do historie, dosáhlo podnikání největšího rozvoje po roce 1989. Jeho rozmach spočíval jak v růstu počtu provozoven, tak v počtu podnikatelských subjektů. V tomto období s sebou neslo podnikání v pohostinství mnoho negativních jevů. Jednalo se zejména o příliš liberální prostředí, nekoncepčnost, živelnost a především neodbornost. Subjekty podnikající v pohostinském oboru patří většinou mezi podniky drobné, rodinného typu.

V České republice dosáhlo největšího růstu kavárenství na počátku 90. let 20. století. Geograficky byl největší rozkvět zaznamenán v Praze, kde vznikaly velké secesní kavárny, jejichž sláva dodnes neztratila nic ze svého lesku. Mezi zakladatele první kavárny řadíme Turka Ahmeda Aniho. Turecká káva je u nás stále velmi oblíbená, je ovšem nutné si dát pozor, jelikož skutečná turecká káva podávaná v některých českých podnicích, se od originálu velice liší. Velmi často se nepoužívá džezva, ani se nedodrжуje technologický postup při přípravě tohoto teplého nápoje.

Říká se, že Česká republika je národem pivařů. Na mě však bude přesvědčit vás o tom, že si český národ neméně oblíbil pití kávy. Vypovídá o tom návštěvnost kaváren, kde se odehrává společenský, ale například i náš pracovní život. Můžete zde diskutovat, relaxovat nebo zde můžete vést obchodní jednání.

Velkou roli při výběru tématu podnikatelský záměr na založení kavárny hrála moje dlouholetá zkušenost s prací v gastronomii, a to nejen v krajích českých, ale také například v Německu či Itálii. Například Italové, jak je velmi dobře známo, patří mezi největší milovníky kávy vůbec. Denně se v italských restauracích, kavárnách, barech a jiných podnicích vypije přes 70 milionů šálků kávy.

Cílem mé diplomové práce bude zpracovat ucelený podnikatelský záměr na vznik nové kavárny.

Mezi nejdůležitější vlastnosti tohoto podniku bude patřit jeho konkurenceschopnost, dostupnost a především goodwill. Pro místo podnikání jsem si vybrala své rodné

bydliště Prostějov. Průzkumem okolí se pokusím nalézt prostor, který by měl být dobře situován, nejlépe do centra města. Budu muset zjistit, co je nutné dodržet při založení živnosti, tedy zákony, nařízení, vyhlášky a normy.

Dále sestavím zakladatelský rozpočet, který povede k zajištění finanční situace podniku, a také mi ukáže, zdali je reálné tento podnik založit. Důležitým aspektem bude kvalitně sestavená propagace a rozsah nabízených služeb. Nesmím zapomenout na vhodný výběr zaměstnanců, dodavatelů a také správně zvolit cílovou skupinu návštěvníků. Jakmile dokončím ucelený podnikatelský záměr, zaměřím se na sestavení SWOT analýzy, která mi napoví, co by se ještě dalo v následujících letech vylepšit nebo změnit.

1 VYMEZENÍ PROBLÉMU, CÍL A METODY PRÁCE

Vymezení problému

Podnikatelský záměr na založení kavárny jsem se zvolila z několika důvodů. Nejdůležitějším z nich je nízká kvalita kávy, podávané v prostějovských kavárnách. Jelikož zde žiji již několik let, ráda bych tento problém odstranila. Z mých dosavadních zkušeností bych využila sedmiletou praxi v Itálii, kde jsem pracovala v podnicích s gastronomickým zaměřením. Jelikož jsem milovnicem nejen italské kávy, ale i italské kultury a prostředí, ráda bych vám svou prací nastínila atmosféru kavárny v podobném duchu. Přece jen se říká, že nejlepší káva se podává právě v této zemi. Budu vycházet z analýzy současného stavu daného oboru. V záměru se budu zabývat nalezením tržních příležitostí a konkurenčních výhod oproti stávajícím konkurentům.

Cíl práce

Cílem mé diplomové práce bude vybudovat ucelený podnikatelský záměr na založení kavárny. Nejprve teoreticky popíši problematiku podnikatelských záměrů, součástí bude vytýčení konkurence na trhu. Pomocí analýzy SLEPT, analyzované konkurence, nastudovaných teoretických znalostí se budu snažit vytvořit návrh podnikatelského záměru.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

2.1 Podnikatelský záměr

Podnikatelský záměr, by měl plnit určité funkce. Hlavně to jsou funkce interní a funkce externí. Interní funkce chápeme jako plánování, řízení podniku a externí zase jak budeme komunikovat vůči externímu okolí.

Chceme-li zpracovat dobrý podnikatelský záměr, musíme ho dobře připravit. Zabezpečit prosperitu a poté úspěšný rozvoj podniku. Důležitá je proto promyšlená rozvojová strategie podniku, příprava a realizace projektů.

Projekty, respektive podnikatelské plány, které z nich vyplývají, představují nejen významný nástroj pro řízení podniku, ale také důležitý pokladový materiál pro externí partnery. „Vlastní přípravu až po realizaci projektu od identifikace určité základní myšlenky projektu až po jeho vlastní uvedení do provozu lze chápat sled čtyř fází:

- 1) předinvestiční příprava,
- 2) projektování a konstrukce,
- 3) vlastní pořízení (pořízení, investiční činnost),
- 4) provozování investice jako výsledky projektu.“

Každá z těchto fází je důležitá z hlediska úspěšnosti projektu. Ale z jistou přesností můžeme říct, že velký význam je přikládán fázi předinvestiční. Právě zde se může rozhodnout o tom zda podnik bude nebo nebude úspěšný.¹

2.1.1 Struktura podnikatelského záměru

Podnikatelský záměr bývá většinou tvořený z následujících složek:

- realizační resumé,
- charakteristika firmy a jejich cílů,
- organizace řízení a manažerský tým,

¹ STELMACH, K. *Od podnikatelského záměru k podnikání*. 2008. s. 11.

- přehled základních výsledků a závěrů technicko-ekonomické studie,
- shrnutí a závěry,
- přílohy.²

2.1.2 Požadavky podnikatelského záměru

Požadavky kladené podnikatelský záměr je hned několi. Některé patří k velmi podstatným a jiné jsou jen doplňující:

- stručnost a přehlednost,
- jednoduchost ,
- dokladovat výhodnost produktu či služby pro zákazníka,
- orientovat se na budoucnost,
- být realisticky a věrohodný,
- nebýt příliš optimistický z hlediska tržního potenciálu,
- nenaznačovat přílišný pesimismus,
- nezakrývat slabá místa projektu,
- prokázat schopnost firmy hradit úroky a splátky,
- nezakrývat slabá místa a rizika projektu,
- upozornit na konkurenční výhody, silné stránky firmy a kompetenci manažerského týmu,
- být zpracován kvalitně i po formální stránce.³

Každý podnikatelský záměr také musí vyčíslit náklady, tržby, zisk a jak bude podnikatelský záměr financovat. Jestli použije vlastní zdroje a nebo bude potřebovat úvěr a také jak dlouhá bude návratnost prostředků, které budou do investice vloženy. A začátku si musí tedy uvědomit, co vše bude potřebovat.

- Investičních nákladech, zda potřebuje:
 - pozemky,
 - budovy,

² STELMACH, K. *Od podnikatelského záměru k podnikání*. 2008. s. 13.

³ Tamtéž, s. 20.

- stroje a zda je pořídit koupí nebo pronajmutím formou leasingu,
- povozních nákladech:
 - na zásoby,
 - na pohledávky,
 - na mzdy,
- tržbách,
- zisku,
- potřebě úvěru,
- návratnosti vložených prostředků.

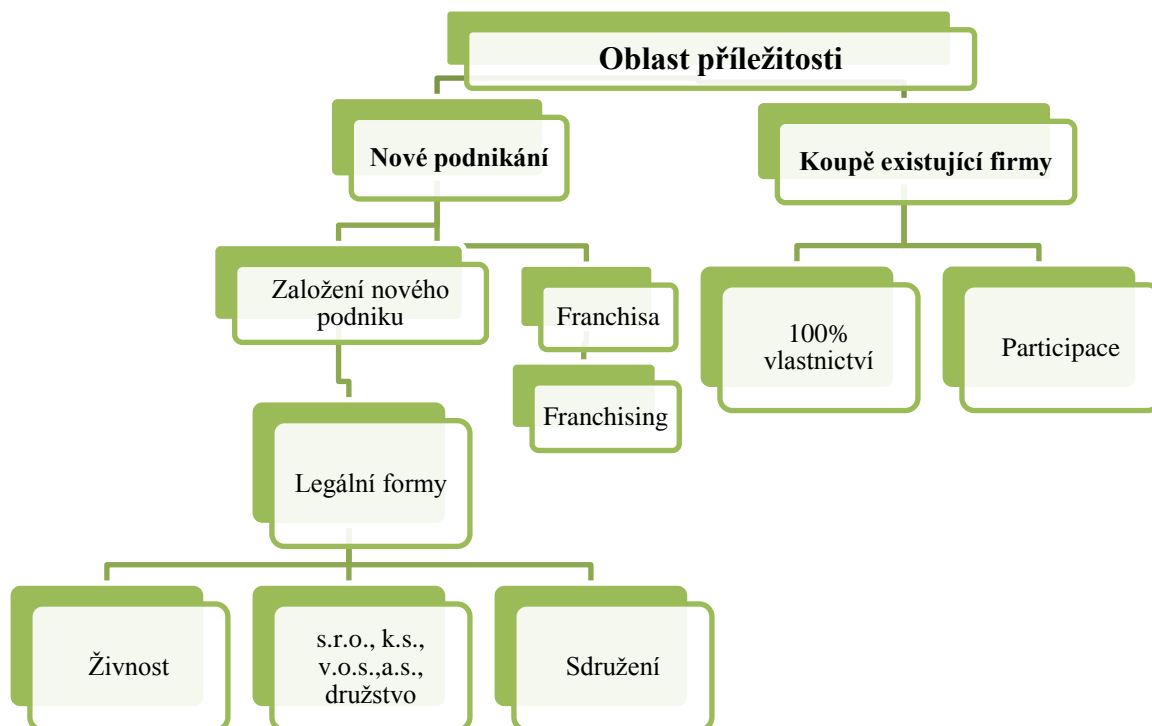
Podnikatel by návratnost neměl spojovat jen s úvěrem. I své vklady by měl považovat za nenávratné. Velmi důležité je také vhodný výběr předmět podnikání, v kterém odvětví vlastně bude a vyhodnotit pravděpodobnostní úspěchy či neúspěchy. Všechny záměry bývají při úvodním zpracování optimistické, rentabilní a rychle návratné. To však neodpovídá reálnému ekonomickému životu, v němž jen část projektů prokáže trvalý úspěch.⁴

2.2 Vznik nového podniku

Po tom co podnikatel zhodnotí své osobní vlastnosti a stanoví síly, na kterých bude svoje podnikání stavět, může začít plánovat dále. Stanoví si potencionální výrobek či službu, kterou konkurence nemá, bude vědět kdo je potenciální zákazník a jaký je tržní segment.

V České Republice je možné založit podnik jako osoba fyzická či právnická. Na následujícím obrázku uvedu rozhodování mezi jednotlivými typy podnikatelských subjektů.

⁴ SUCHÁ, J. *Podnikatelský záměr*. 1994. s. 19.



Obrázek 1: Možnosti začátku podnikání
Zdroj: vlastní zpracování

Na obrázku je možno vidět, že můžeme volit mezi založením nového podniku nebo koupí stávajícího. Můžeme koupit celý podnik nebo se podílet pouze na podnikání.⁵

Výhody založení nového podniku:

- Vznik majitelů nového podniku.
- Satisfakce majitelů.
- Čistý začátek podnikání.
- Pomoc různých agentur.
- Spojení majitele a zakladatele.
- Menší náklady na založení.

⁵ KORÁB, V., MIHALISKO, M. *Založení a řízení podniku*. 2003. s. 29-31.

Nevýhody založení nového podniku:

- Neproověřený podnikatelský námět.
- Vysoká pravděpodobnost pádu podnikání.
- Těžká práce.
- Chybějící goodwill a podíl na trhu.
- Bariéry vstupu na trh pro nový podnik.
- Těžkosti ve financování podniku.⁶

2.3 Právní formy podnikání

Potenciální podnikatel by si před zahájením činnosti měl uvědomit, jaká právní forma podnikání nejvíc vyhovuje splnění jeho podnikatelských cílů nebo která z právních forem bude nejvíce vyhovovat charakteru jeho budoucí podnikatelské činnosti. Proto v následujícím textu stručně popíše právní formy podnikání a jeho výhody a nevýhody.

2.3.1 Kritéria pro rozhodování o volbě právní formy podniku

- a) Způsob a rozsah ručení (podnikatelské riziko),
- b) požadavek na počáteční kapitál,
- c) oprávnění k řízení, tj. zastupování podniku navenek, vedení podniku, možnost spolurozhodování,
- d) počet zakladatelů,
- e) administrativní náročnost při založení podniku a rozsah výdajů spojených se založením podniku,
- f) účast na zisku,
- g) přístup a možnost získat cizí kapitál,
- h) daňové zatížení,
- i) zveřejňování povinnost.⁷

⁶ KORÁB, V., MIHALSKO, M. *Založení a řízení podniku* 2003. s. 31.

⁷ Tamtéž, s. 36-39.

2.3.2 Formy podnikatelské činnosti

Podnikatelem se dle obchodního zákoníku rozumí:

- osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů (např. lékař, advokát, auditor, daňový poradce – u všech těchto profesí zákon vyžaduje členství v profesní komoře),
- fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního zákona.⁸

Při výběru právní formy je třeba uvážit, které závazné předpisy respektovat. Je to především Obchodní zákoník a Občanský zákoník v novelizovaném znění. Velkou roli hrají veškerá rizika, která jsou spojena s podnikatelskou činností. Rozeznáváme fyzickou osobou a právnickou osobu. Při volbě podnikání je třeba zvážit všechny výhody a nevýhody zvolené formy, ideální je o všech formách se důkladně informovat.

- **Fyzická osoba**

Fyzické osoby jsou podnikatelé, většinou živnostníci, kteří obvykle podnikají na základě Živnostenského listu nebo Koncesní listiny. Za fyzickou osobu jedná vždy sama fyzická osoba nebo její zástupce. Fyzické osoby mohou tvořit společně sdružení bez právní subjektivity.

- **Právnická osoba**

Právnické osoby jsou většinou obchodní společnosti - společnost s ručením omezeným, akciová společnost, veřejná obchodní společnost, komanditní společnost - a družstva. Podnikají obvykle na základě Živnostenského listu nebo Koncesní listiny a musí být zapsány v Obchodním rejstříku.

⁸ Zákon č. 513/1991 Sb., *obchodní zákoník – část první*, [online] 10. 1. 2011.

Podnikat mohou i různé nadace, občansko-prospěšné společnosti, sportovní kluby apod., které nejsou a nemohou být založeny za účelem podnikání a nemusí být vždy zapsány v Obchodním rejstříku. Podnikatelská činnost je u nich vždy vedlejší činností a jejich hlavní činnost bývá dobročinná, humanitární apod. Jejich vedlejší podnikatelská činnost – pokud ji vůbec provozují, se rovněž musí řídit Živnostenským zákonem i Obchodním zákoníkem.

2.3.2.1 Živnost

„Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených živnostenským zákonem.“⁹

Živnosti z hlediska předmětu dělíme:

- obchodní,
- výrobní,
- poskytující služby.

Podmínky k provozování živnosti

1) Všeobecné podmínky

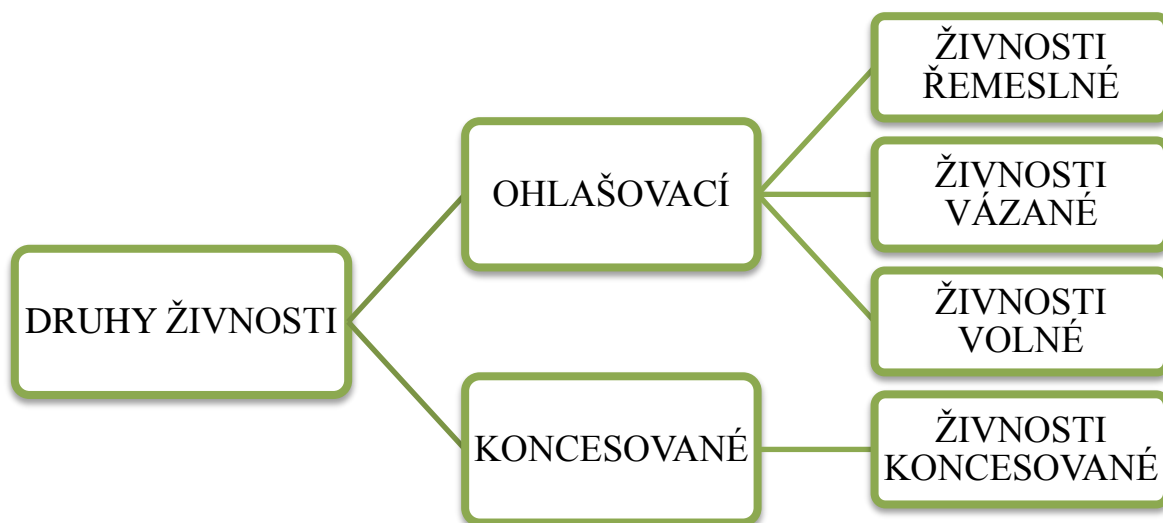
- a) dosažení věku 18 let,
- b) způsobilost k právním úkonům
- c) bezúhonnost
- d) předložení dokladu o tom, že fyzická osoba nemá vůči územním finančním orgánům státu daňové nedoplatky.

2) Zvláštní podmínky

- e) odborná způsobilost
- f) jiná způsobilost.¹⁰

⁹ Zákon č.455/1991 Sb., o živnostenském podnikání – část první (§ 2). [online] 10. 1. 2011.

¹⁰ Zákon č.455/1991 Sb., o živnostenském podnikání – část první (§ 6). [online] 10. 1. 2011.



Obrázek 2: Druhy živnosti
Zdroj: vlastní zpracování

Průkazy živnostenského podnikání

1) Živnostenský list

Kdo hodlá provozovat ohlašovací živnost, je to povinen ohlásit živnostenskému úřadu místně příslušnému podle sídla podnikatele nebo míst podnikání.

Fyzická osoba v ohlášení uvede:

- a) jméno a příjmení, obchodní jméno, státní občanství, bydliště a rodné číslo, ustanoví-li odpovědného zástupce, uvede též tyto údaje o svém odpovědném zástupci,
- b) místo podnikání,
- c) předmět podnikání,
- d) identifikační číslo, bylo-li přiděleno,
- e) provozovnou a vedlejší provozovny pokud jsou zřízeny,
- f) dobu zahájení a ukončení podnikání,

g) údaje o tom, zda pro provozování živnosti zaměstnává zaměstnance.

2) *Koncesní listina*

Podmínkou provozu koncesní živnosti je podání jásot na příslušný živnostenský úřad o vydání koncese.¹¹

2.3.2.2 **Osobní společnosti**

Osobní společnosti jsou z hlediska právních forem podnikání právnickou osobou. Předpokládá se u nich osobní účast podnikatele na řízení společnosti (proto osobní) a zpravidla neomezené ručení společníků za závazky společnosti. Podle obchodního zákoníku mezi ně patří:

- **VEŘEJNÁ OBCHODNÍ SPOLEČNOST (v. o. s.)**

Je to společnost, ve které alespoň 2 osoby fyzické nebo právnické podnikají pod společnou firmou a ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně veškerým svým majetkem.

VÝHODY:

- Není nutný počáteční kapitál.
- Je celkem jednoduché vystoupení společníka ze společnosti.
- Neomezené ručení společníků může být garancí dobrého image společnosti, což může vést např. i k dobrému přístupu k cizímu kapitálu.
- Zisk je rozdělen mezi společníky a zdaněn daní z příjmu fyzických osob.

NEVÝHODY:

- Neomezené ručení společníků za závazky společnosti může s sebou přinášet osobní rizika, což může vést ke konfliktům při řízení společnosti.
- Musí být minimálně 2 společníci, takže může vzniknout problém v případě zániku.¹²

¹¹ Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání – část čtvrtá. [online] 12. 1. 2011.

¹² Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník – část druhá (§76-92e). [online] 12. 1. 2011.

- **KOMANDITNÍ SPOLEČNOST (k. s)**

Je to společnost, ve které 1 nebo více společníků ručí za závazky společnosti veškerým svým majetkem a 1 nebo více společníků ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu. Tato právní forma podnikání se hodí pro kapitálově slabého podnikatele se zajímavým podnikatelským záměrem.

VÝHODY:

- Není nutný velký počáteční kapitál – povinné jsou vklady pouze u komanditistů, každý musí vložit minimálně 5 000 Kč.
- Zisk se dělí podle společenské smlouvy mezi komanditisty a komplementáře, přičemž zisk komplementářů podléhá dani z příjmů fyzických osob.
- Komanditista je oprávněn nahlížet do účetních knih a kontrolovat tam údaje, popř. k tomu zmocnit auditora.
- Pro komanditisty neplatí zákaz konkurence.
- Za určitých podmínek se může společnost změnit bez likvidace na veřejnou obchodní společnost.

NEVÝHODY:

- Neomezené ručení komplementářů.
- Podíl na zisku je u komanditistů zdaněn daní z příjmů právnických osob a při vyplácení je ještě zdaněn srážkovou daní.
- Vzhledem k tomu, že komplementáři a komanditisté nesou jinou míru rizika (každý ručí jinak), mohou vznikat určité rozpory.
- Ke změně společenské smlouvy je zapotřebí souhlas všech společníků (pokud společenská smlouva neurčí např. že postačuje většina komanditistů a většina komplementářů).¹³

¹³ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník – část druhá (§93-104e). [online] 12. 1. 2011.

2.3.2.3 Kapitálové společnosti

Mezi kapitálové společnosti patří společnost s ručením omezeným a akciová společnost. Jedinou jejich povinností společníků – zakladatelů je vnést do společnosti vklad. Jeho výše je stanovena zákonem.

- **SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM (s. r. o.)**

Patří mezi nejrozšířenější formy podnikání. Společnost může být založena 1 osobou, ale max. počet společníků je 50. Základní kapitál je tvořen vklady společníků, kteří ručí za závazky společnosti do výše souhrnu nesplacených částí vkladů všech společníků. Výš zákl. kapitálu musí činit alespoň 200 000 Kč, přičemž každý společník musí vložit min. 20 000 Kč (dle obchodního zákoníku). Vklady mohou být peněžité i nepeněžité. Společnost musí vytvářet rezervní fond. Mezi orgány společnosti patří valná hromada, coby nejvyšší orgán. Statutárním orgánem jsou jednatele, kterým náleží obchodní vedení společnosti. Lze stanovit i dozorčí radu. Tato právní forma podnikání má také své výhody a nevýhody.

VÝHODY:

- Společníci mají omezené ručení.
- Pro jednatele platí zákaz konkurence, který však lze rozšířit i na společníky společenskou smlouvou.
- Není nutný souhlas všech společníků pro přijetí většiny rozhodnutí.
- Vyplacené podíly na zisku společníkům nepodléhají pojistnému sociálního pojištění.
- Polovinu daně sražené z vyplácených podílů na zisku lze uplatnit jako slevu na dani společnosti.

NEVÝHODY:

- Nutný počáteční kapitál.
- Zisk společnosti je zdaněn daní z příjmu právnických osob a vyplacené podíly na zisku společníků jsou dále zdaněny srážkovou daní (zákon o daních z příjmů).
- Administrativně náročnější.¹⁴

¹⁴ Zákon č.199513/1 Sb., obchodní zákoník – část druhá (§105-153e). [online] 12. 1. 2011.

- **AKCIOVÁ SPOLEČNOST (a. s.)**

Další akciová společnost, u které je nutný základní kapitál, ale ten je rozvržen mezi určitý počet akcií o stanovené jmenovité hodnotě. Společnost může založit jedna právnická osoba nebo 2 a více osob fyzických. Základní kapitál musí činit 20 milionů korun (s veřejnou nabídkou akcií). Základní kapitál společnosti založené bez veřejné nabídky akcií musí činit alespoň 2 miliony korun. Orgány společnosti tvoří valná hromada, představenstvo a dozorčí rada. Z práv povinností této právní formy vyplývají výhody i nevýhody.

VÝHODY:

- akcionář neručí za závazky společnosti,
- dobrý přístup ke kapitálu,
- společnost je dobře vnímána obchodními partnery,
- vyplacené dividendy nepodléhají sociálnímu pojištění,
- polovinu daně sražené z vyplácených dividend lze uplatnit jako slevu na dani společnosti,
- zákaz konkurence pro členy představenstva.

NEVÝHODY:

- vysoký základní kapitál,
- administrativně náročné na založení i řízení společnosti,
- velmi komplikovaná právní úprava,
- společnost nelze založit 1 fyzickou osobu,
- při veřejné nabídce akcie nelze upisovat akcie nepeněžitými vklady,
- účetní závěrku musí ověřovat auditor a údaje z ní se musí povinně zveřejňovat,
- zisk společnosti je zdaněn daní z příjmů právnických osob, vyplacené dividendy ze zisku jsou zdaněny dále ještě srážkovou daní,
- povinnost sestavovat výroční zprávu.¹⁵

¹⁵ Zákon č.199513/1 Sb., obchodní zákoník – část druhá (§152-220zb). [online] 12. 1. 2011.

2.4 Význam malých a středních podniků

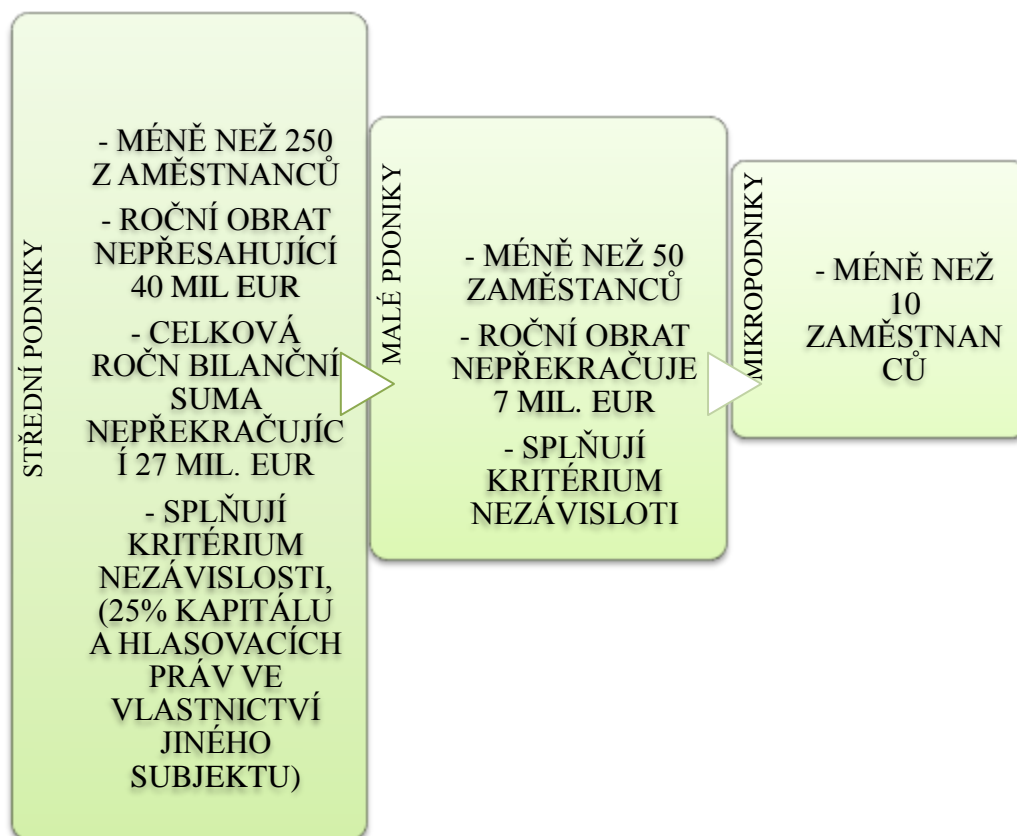
Malé a střední podniky vytvářejí zdravé a podnikatelské prostředí, zvyšují dynamiku trhu, mají schopnost absorbovat podstatnou část pracovních sil, uvolněných z velkých podniků a jsou stabilizujícím prvkem ekonomického systému. Pro jejich rozvoj jsou rozhodující podmínky, za kterých mohou rozvíjet hospodářskou činnost. Ekonomické prostředí do značné míry určuje a ovlivňuje poptávku po jejich produktech a službách a může tak usnadňovat nebo naopak omezovat jejich přístup na trhy, které jsou důležité pro jejich vznik další růst.¹⁶

„Ekonomický a sociální přínos MSP je charakterizován schopnostmi:

- zmírňovat negativní důsledky strukturálních změn,
- působit jako subdodavatelé velkých podniků,
- vytvářet pracovní příležitosti za nízkých kapitálových nákladů,
- vytvářet podmínky pro vývoj a zavádění nových technologií,
- rychleji se adaptovat na požadavky a výkyvy trhu,
- vyplňovat okrajové oblasti trhu, které nejsou pro větší podniky zajímavé,
- decentralizovat podnikatelské aktivity a napomáhat rychlejšímu rozvoji regionů, menších měst a obcí.“¹⁷

¹⁶ BEDNÁŘOVÁ, D., PARMOVÁ, D. *Malé a střední podnikání* 2010. s. 55.

¹⁷ Tamtéž, Str. 71.



Obrázek 3: Rozdělení MSP –
Zdroj: vlastní zpracování

2.5 Analýza rizik

„Schopný podnikatel vždy počítá s horší variantou a je na ni připraven“.

Podnikání je neodmyslitelně spjata s rizikem, které podnikatelskou činnost doprovází. V nejjednodušší podobě lze riziko definovat jako odchylku skutečnosti od předpokladů obsažených v projektu

Riziko může mít dvě stránky. Jedna z nich je pozitivní a druhá je negativní. Pozitivní stránkou rozumíme, že dosáhneme zvláště dobré výsledky. Negativní zase nedosažením cílových, plánovaných hodnot. Faktory, které vystupují jako příčiny vzniku odchylek skutečných hodnot kritérií od jejich cílových hodnot se označují jako faktory rizika,

resp. faktory nejistoty. (poptávka, prodejní cena, devizové kurzy, stávka, zemětřesení aj.).¹⁸

Cílem řízení každého rizika je určit faktory, které by mohli riziko ovlivňovat. Mezi ně například patří náklady, poptávka a úroky.

Obecně se doporučuje poznat a zhodnotit všechna možná rizika, analyzovat je, nesmí se žádné podcenit, dobře se informovat o firmách, s kterými máme obchodní vztah, pečlivě připravit obchodní a platební podmínky a dobře se rozhodnou o dodavatelské a odběratelské návaznosti.¹⁹

2.6 Analýza

Analýza je jednou z nejdůležitějších součástí vědecké metody, je jejím základem. Analýza představuje rozložení určitého komplexu na jednotlivé součásti. Postupuje od celku k částem, složkám, ze kterých se celek skládá. Jejím cílem je odhalit jednotu a zákony diferencovaného celku. Důležité je identifikovat, analyzovat a ohodnotit všechny relevantní faktory, o nichž lze předpokládat, že budou mít vliv na konečnou volbu cílů a strategie podniku. Musí se posoudit vztahy a souvislosti, které mezi faktory existují. Tento krok je pak základem pro posouzení vhodnosti současné strategie či rozhodnutí o volbě nové.²⁰

Rozlišujeme analýzy vnitřních a vnějších podmínek. K tomu můžeme využít některých nástrojů. Například k analýze vnitřních stránek využijeme SWOT analýzu a k vnějšího okolí SLEPT analýzu:

2.6.1 SWOT analýza

Jednou z nejčastěji používaných analýz je tzv. SWOT analýza, která identifikuje a posuzuje silné (**Strengths**) a slabé (**Weaknesses**) stránky zkoumané ho objektu, v mém

¹⁸ KORÁB, V., DOLEŽALOVÁ, E. *Drobné podnikání*. 2006. s. 58.

¹⁹ STELMACH, K.. *Od podnikatelského záměru k podnikání*. 2008. s. 33.

²⁰ KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ., M. *Podnikatelský plán*. 2007. s. 47.

případě tedy samotného podnikatelského záměru a budoucího podniku a dále z pohledu příležitostí (**O**pportunities) a hrozeb (**T**hreats).²¹

SWOT	
Příležitost	S trengths (silné stránky)
	- kterými jsme schopni úspěšnou realizaci cíle podpořit
Nedostatky	O pportunities (příležitosti)
	- co bude zlepšeno, čeho bude realizací cíle dosaženo
Nedostatky	W eaknesses (slabé stránky)
	- podmínky, které mohou dosažení cíle zmařit
Nedostatky	T hreats (Hrozby)
	- které nás nutí realizovat, nebezpečné možnosti, které by nás čekaly
Vnitřní faktory	
Vnější faktory	

Tabulka 1: SWOT analýza
Zdroj: vlastní zpracování

2.6.2 SLEPT analýza

Slept analýza nejlépe slouží k identifikaci a prozkoumání faktorů externích. Zkoumat můžeme následující oblasti:

- Sociální – trh práce, demografické ukazatele, vliv odborů nebo krajové zvyky.
- Legislativní – zákony a jejich použitelnost.
- Ekonomická – makroekonomické ukazatele, daně, tržní možnosti.
- Politická – stabilita poměrů jako politické trendy a postoje k podnikání.
- Technologická – vývoj v dané oblasti, nové technologie, aplikace a dostupnost.²²

²¹ KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ., M. *Podnikatelský plán*. 2007. s. 48.

²² KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ., M. *Podnikatelský plán*. 2007. s. 48-49.

2.7 Marketingový mix

Marketingový mix můžeme chápat jako soubor marketingových veličin, které firma spojí do celku, aby vyvolala reakci na cíleném trhu tj. aby si zákazník koupil produkt. Koncepti marketingového mixu vypracoval N. Borgen a tvoří 4 základní prvky (nazývané 4P):

- Produkt (Product):

- vytváří jádro marketingu,
- souvisí s dalšími nástroji,
- předmět, který dokáže uspokojit zákazníka,
- souvisí s ním i balení, prestige, servis a další.

Zvláštní věnuje marketing vývoji nových produktů a jejich zavádění na trh. ²³

- Cena (Price):

- peněžní vyjádření směnné hodnoty,
- nástroj usměrňování proporcí mezi nabídkou a poptávkou,
- jediný nástroj mark.mixu, který firmě přináší příjem,
- musí včas reagovat na změny.²⁴

- Místo (Place):

- výrobky musí být dostupné ve správném množství na správném místě,
- zahrnuje všechny činnosti mezi přemístěním produktu od výrobce na místo určené,
- při plánování rozhoduje volba distribučních cest,

²³ HECZKOVÁ, M., *Marketing*. 2003. s. 24.

²⁴ HECYKOVÁ, M., *Marketing*. 2003. s. 24.

- je to i fyzický pohyb zboží,

- mezi hlavní prvky patří objednávky, řízení zásob, manipulace a skladování zbožím, doprava a kontrola.

- Nástroje marketingové komunikace (Promotion):

mezi základní složky patří:

- reklama,

- podpora prodeje,

- osobní prodej,

- public relation a

- přímý marketing.²⁵

2.8 Financování podnikatelských záměrů

Potřeba finančních prostředků v podnikání tvoří velmi důležitou součást podnikatelských úvah. Ještě pře založením firmy by podnikatel měl vzít v úvahu finanční nároky zamýšleného podnikání. V tomto ohledu existují zásadní rozdíly. Některé druhy podnikatelských aktivit jsou finančně nenáročné, jiné naopak. Je rozdíl otevřít krejčovskou dílnu nebo provozovat velkoobchod. První stupeň na cestě k úspěchu tedy znamená uvážít, na co stačím a vyloučit, na co nestačím.

Možnosti opatření peněžních prostředků:

- vlastní úspory (nejlevnější a nejrychlejší možnost),
- peníze od rodinných příslušníků (vyžaduje velmi tolerantní rodinné zázemí),
- vypůjčení od nebankovních institucí,

²⁵ HECZKOVÁ, M., *Marketing*. 2003. s. 25.

- obchodní úvěry,
- úvěr z tuzemské nebo zahraniční banky,
- leasing,
- získání peněz pro firmu na kapitálovém trhu, tj. vydáním akcií či obligací.²⁶

²⁶ HISRICH, R., *Založení a řízení nového podniku*. 1996. s. 51.

3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

V této části diplomové práce se budu snažit charakterizovat okolí a konkurenci, v které se bude kavárna nacházet. V současné době se v Prostějově nachází 7 kaváren, ale žádná z nich se nenachází v blízkosti sportovního zařízení a nemá nabídku, jakou bude mít naše gastronomické zařízení. Podrobnější bude analýza obecného a oborového okolí, kterou provedu v následujících kapitolách. Na základě těchto informací budu moc provádět další úkony.

3.1 Analýza problému a oboru podnikání

Aby byl podnikatel úspěšný, musí mít nejen široký rozhled o svých aktivitách, ale musí také sledovat okolí firmy, které je velmi důležité pro určení příležitostí a hrozeb, které ovlivňují danou firmu. Analýza bude zaměřena na Olomoucký kraj a hlavně město Prostějov, kde se kavárna bude nacházet.

3.1.1 Analýza obecného okolí podniku

K posouzení faktorů, které mohou ovlivňovat firmu, jsem se rozhodla použít SLEPT analýzu. Cílem SLEPT analýzy je poznání ekonomického prostředí, které ovlivňuje každou firmu. Cílem této analýzy nebude detailně popsat toto prostředí, to ani není možné, jelikož vnější a vnitřní prostředí je jedinečné. Pokusím se zanalyzovat důležité faktory, které se týkají legislativní, ekonomické, politické a technologické oblasti, které zásadním způsobem ovlivňují činnosti gastronomických provozoven.

- **Sociální faktory**

Prostějov je 25. největším městem České Republiky a současné době v něm žije 53 816 ekonomicky aktivních obyvatel. Z toho 29580 mužů a 24236 žen.

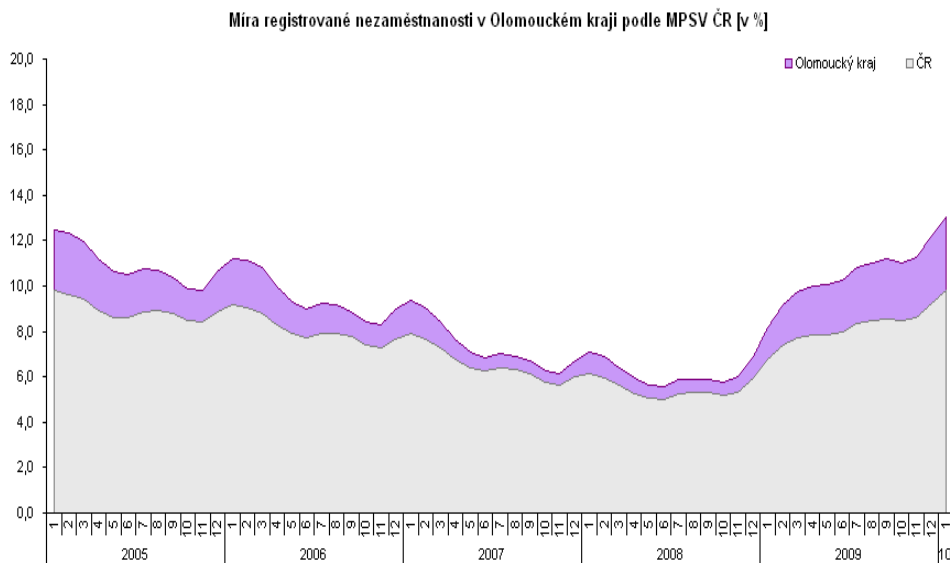
Obyvatelé ve věku od 15 – 19 let celkem	1095
Ženy	610
Muži	485
Obyvatelé ve věku od 20 – 59 let celkem	51654
Ženy	23380
Muži	28274
Obyvatelé ve věku od 60 a více let celkem	1064
Ženy	368
Muži	696

Tabulka č. 2: Rozdělení obyvatelstva podle věkových skupin
Zdroj: Vlastní zdroj zpracování na základě údajů z ČSÚ²⁷

Nepříznivý faktor poukazuje na míru nezaměstnanosti. Ta se pohybuje v Olomouckém kraji okolo 13,02%. V roce 2010 bylo v Olomouckém kraji registrovaných 44166 uchazečů o práci oproti 995 volným pracovním místům. V lednu 2011 se mírně situace zlepšila a počet uchazečů klesl na 43 210. Míra nezaměstnanosti by mohla ovlivnit podnikání, jelikož lidé bez práce mají čím dál větší tendenci šetřit ve všech směrech. Pozitivnější stránku bude mít výběr nových zaměstnanců, který by mohl mít širší výběr vzdělanějších a specializovaných lidí.

Dalším hlediskem, které musíme sledovat, je životní úroveň obyvatelstva a jeho životní styl.

²⁷ Český statistický úřad - Obyvatelstvo podle ekonomické aktivity, věkových skupin a pohlaví - okres Prostějov, [online] 15. 1. 2011.



Obrázek 4: Nezaměstnanost v Olomouckém kraji 2005 – 2010
Zdroj: Český statistický úřad²⁸

- **Legislativní faktory**

V České republice se veškeré podnikání řídí dvěma zákony“

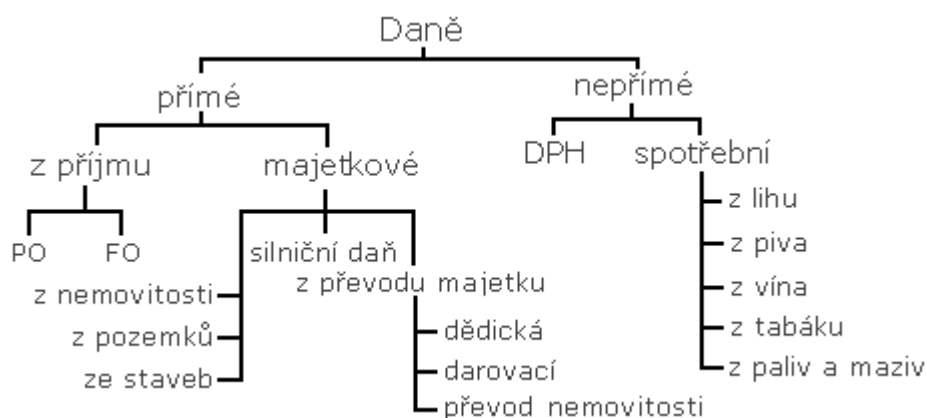
- Živnostenský zákon – zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání
- Obchodní zákon – zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.

Důležitým faktorem je také daňový systém ČR, který je povinný pro všechny podnikatele. Daň je nenávratná, neúčelová, neefektivní a zákonem určená platba do veřejného rozpočtu. Daňová politika je také určena několika zákony:

- Zákon o soustavě daní a poplatků
- Zákon o správě daní a poplatků
- Zákon o jednotlivých daní

²⁸ Český statistický úřad – olomoucký kraj, [online] 15. 1. 2011.

Daňové subjekty podléhají těmto daním:



Obrázek 5: Rozdělení daní
Zdroj: *Daňový systém ČR*²⁹

Jelikož se podnikatelský plán zaměřuje na gastronomické zařízení, musí splňovat hygienické předpisy, kterými se zabývá zákon o č. č 274/2003 Sb. Nejpodstatnější částí tohoto zákona je stanovení a zavedení systému HACCP, který nabyl účinnosti k datu vstupu České republiky do EU, 1. května 2004. HACCP je zkratkou anglického názvu Hazard Analysis and Critical Control Points (Analýza nebezpečí a kritické kontrolní body). V praxi se můžeme setkat s označením Systém kritických kontrolních bodů. Tento systém slouží k preventivním opatřením, postupům a ovládnutí nebezpečí nákazy potravin a pokrmů, k nimž by mohlo dojít během výroby, zpracování, manipulace, skladování či prodeje konečnému spotřebiteli. Systém musí být celý průkazně dokumentován a evidován. V současné době ukládá legislativa zavedení systému všem provozovatelům potravinářských podniků, od dodavatelů surovin, prvovýrobců, přes zpracovatele, přepravce až po prodejce potravin či provozovatele stravovacích služeb.

Dále hygienické požadavky upravuje vyhláška 137/2004 novelizovanou vyhláškou 602/2006 sb., která platí od 1. ledna 2007. Tyto předpisy upravují všechny hygienické požadavky na gastronomické provozy, dispoziční řešení, větrání, osvětlení a další.

²⁹ *Daňový systém ČR*, [online] 25. 1. 2011.

Každá gastronomická provozovna musí mít svůj provozní řád, ve kterém je uvedeno např. konkrétní organizace práce na pracovišti, zdravotní stav a jakou má zaměstnanec dodržovat osobní hygienu. Další nezbytnou částí je používání čistících a dezinfekčních prostředků.

Sanitační řád, který je také velmi nepostradatelný, může tvořit činnosti rozvržené periodicky. Ten uvádí dělení denního, týdenního, měsíčního a dále čtvrtletního (sanitačního) úklidu. V každém zvlášť musí být rozepsáno, co bude obsahovat za činnosti.

Další důležité zákony, které je nutno sledovat jsou:

- Zákon o odpadech a nakládání s nimi vyhláška č. 381/2001 Sb.
- Veterinární předpisy
- Zákon o vodách
- Nakládání s obaly

Důležitou součástí každého gastronomického zařízení musí být také požární ochrana. Požadavky na ni se liší podle typu provozovny. Musí se provádět školení a odborná příprava zaměstnanců. Správně musí být umístěny hasicí přístroje, aby byly viditelné a volně přístupné. Důležitá je i jejich kontrola. Při nedodržení povinných předpisů požární ochrany bychom mohli dostat sankci, která je stanovená státem.

- **Ekonomické faktory**

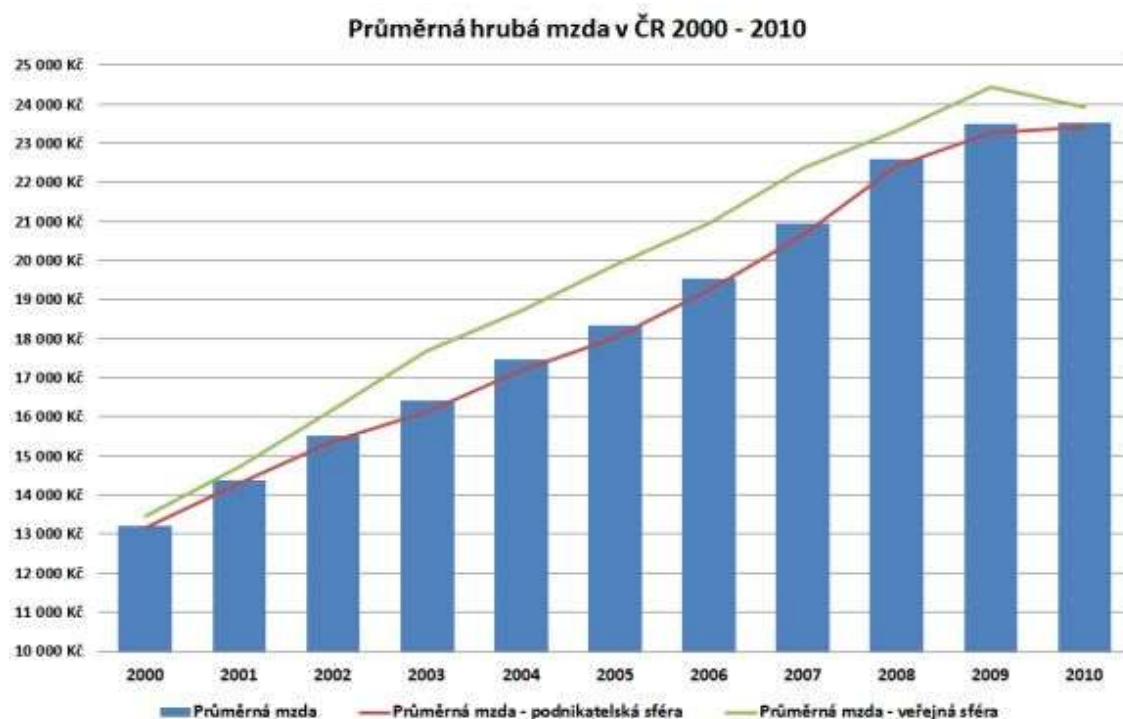
V současné době se celý svět probírá z recese a profitují bohatí. Nejdříve se zdálo, že krize povede ke zmenšení rozdílů mezi bohatými a chudými. Realita ovšem vypadá jinak. Ačkoliv se světové hospodářství pomalu zotavuje, většina lidí to na svém životní úrovni nepocítuje. Nezaměstnanost se drží na vysoké úrovni a mzdy víceméně stagnují.

Daň z přidané hodnoty se má od ledna 2013 sjednotit na 17,5%. Důvodem je financování důchodové reformy. Výjimku budou tvořit jen základní potraviny: chleba, mléko, brambory, syrová zelenina, ryby, dětská mléčná výživa a potraviny pro občany s cukrovou a dalšími metabolickými problémy. Tyto složky zůstanou nadále s 10% sazbou.

Průměrná hrubá mzda v Olomouckém kraji činí 22150 Kč, tímto faktorem se budu nadále řídit.

Z ekonomického hlediska je Olomoucký kraj oblastí průmyslovou s rozvinutými službami. Ekonomika je stabilní a dostatečně rozvinutá. Působí zde řada tradičních průmyslových podniků. Ve statistickém registru ekonomických subjektů bylo zaregistrováno 133 275 podniků, organizací a podnikatelů. Největší část tvořili soukromí podnikatelé zapsáni dle živnostenského zákona a obchodní společnosti.

Dalšími důležitými faktory, které musím sledovat, jsou makroekonomické ukazatele v následující tabulce:



Obrázek 6: Průměrná hrubá mzda v ČR
Zdroj: Průměrná mzda 2010³⁰

- **Politické faktory**

Česká republika je již členem Evropské unie, před vstupem do EU tedy došlo k harmonizaci a legislativy a k úpravám standardů na její úroveň. Tyto změny a jejich

³⁰ Průměrná mzda 2010, [online] 28. 1. 2011.

neustálé sledování vyvolávají problémy zejména v malých firmách. Další problémy způsobuje nízká podpora podnikání ze strany státu.

Obecně o politice lze říci, že je stabilní a o tom svědčí i důvěra zahraničních investorů a zřizování poboček nadnárodních korporací u nás.

O podporu podnikání v ČR má v kompetenci ministerstvo průmyslu a obchodu. Ministerstvo každý rok vydává publikaci, v níž popisuje jednotlivé druhy podpor a objasňuje podmínky k jejich dosažení. Programy na podporu malých a středních podniků vznikly již v roce 1992.

- **Technologické faktory**

V daném oboru nelze předpokládat, že by rozvoj znamenal krach. Vysokou rychlost technologického rozvoje způsobil rozvoj internetu v ČR a hlavně elektronické obchodování. Více a více rostou požadavky na kvalifikovanou pracovní sílu, zvyšuje se nutnost udržovat kvalifikaci a získávat poznatky z nových oborů. Naopak rozvoj mechanizace znamená podstatné zjednodušení a usnadnění práce. V mém oboru podnikání se musíme soustředit na nové trendy podávání nápojů, pokrmů a musíme neustále vyzrávat na konkurenci.

Důležitou součástí každé kvalitní kavárny je profesionální kávovar. Pro kavárny a kavárenská zařízení jsou typické větší a profesionálnější kávovary nabízené mnoha firmami. Mezi významné patří Brugnetti, Futurmat, Melitta, Kenwood či Durgol.

Kávovary můžeme členit do 3 kategorií:

- jednoskupinové
- dvouskupinové
- třískupinové

V dnešní vyspělé době se na trh dostávají plnoautomatické kávovary, které mají mnoho funkcí a jsou ovládány digitálně. Káva připravena na míru je novým gastronomickým lákadlem.³¹

³¹ *Svět kávy*. [online] 29. 3. 2011

V následující tabulce uvádím pro zajímavosti obsah kofeinu v jednotlivých druzích teplých nápojů.

KOFEIN	MNOŽSTVÍ	KOFEIN V MG.
Filtrovaná káva	200 ml	140
Espresso	35 ml	80
Instantní káva	200 ml	80
Černá káva	200 ml	86
Zelený čaj	200 ml	40
Horká čokoláda	100 g	86
Mléčná čokoláda	100 g	50
Coca Cola	330 ml	32

Tabulka 3: Množství kofeinu v jednotlivých nápojích
Zdroj: vlastní zpracování

3.1.2 Analýza oborového okolí podniku

Oborové okolí se soustřeďuje do 3 skupin, které ho ovlivňují:

- zákazníci
- dodavatelé
- konkurenti

K úspěchům každé firmy patří její rozhodnutí o dodavatelské síti, jaké uzavře smluvní vztahy, platební podmínky, sortiment jakosti. Nedílnou součástí je výběr cenové a prodejní politiky. To jsou faktory, které mohou ovlivnit chod firmy. První faktorem, který by měl firmu zajímat, jsou její potenciální zákazníci. Především jaké mají požadavky a jak by jim mohla firma předcházet. Z toho plyne, že podnikatel musí přijímat kritiku od svých zákazníků a pokud je to v jeho silách, musí se snažit co nejlépe nedostatky odstranit, aby o své zákazníky nepřišel.

Sektor zákazníků

Zákazníky kavárny budou koneční spotřebitelé, ale mohou to být také lidé, kteří si zakoupí dárkové poukazy a pokud v následujících letech kavárna bude spolupracovat s Jitřenkou, mohou to být i její zákazníci, kteří po skončení cvičení zavítají do kavárny.

Jelikož kavárna bude nekuřácká a bude se zde nacházet dětský koutek, její zákazníci mohou být v neomezené věkové hranici.

Velkou snahou všech našich zaměstnanců bude snaha o komunikaci s klienty a popřípadě vyřešení jejich problémů, jelikož jsme si vědomi, že by velmi snadno mohli přejít ke konkurenci.

Zákazníci budou dobře informováni o změnách, akčních cenách a novinkách kavárny.

Koncoví zákazníci budou z Prostějova a jeho okolí. Výjimku budou tvořit návštěvníci a turisté tohoto města, kteří do kavárny zavítají.

Analýza konkurence

Za konkurenta můžeme považovat takový podnik, který prodává nebo vyrábí podobné produkty či služby. Je zřejmé, že se nemůžeme zaměřit na celou konkurenci, proto se budu snažit vytyčit ty, které by nás mohli ovlivnit nejvíce. Cílem každého podnikatele musí být neustále se snažit mít vedoucí pozici na trhu. Proto musí sledovat konkurenci a dívat se co se děje okolo něj. Celkově by se měl podnikatel zaměřit na pozice jaké má vůči konkurenci, sledovat konkurenci jak se vyvíjí a mění a jestli na trh vstupují noví konkurenti.

V následujícím textu se budu snažit vytyčit hlavní konkurenty, kteří by nás mohli ovlivňovat a to zejména z oblasti nabízených a poskytovaných služeb pro zákazníky.

•Café Relax

Sídlí na ulici Plumlovská, která je vzdálena daleko od centra. Tato ulice patří mezi rušnější a nachází se zde více podniků. Má zastaralý interiér a její nevýhodou je

nedostupnost parkování. Další nevýhodou je, že nemá dětský koutek, je jen pro kuřáky a nemá v nabídce zdarma wifi připojení.

• **Café 7**

Jako největší nevýhodu hodnotím polohu kavárny, která se nachází mimo hlavní komunikace a mimo centrum města. Je poměrně nová na trhu a nabízí rozmanitý výběr zákusků, které ovšem nejsou vlastní výroby. Má jen nekuřácké prostředí a zaměřuje se hlavně na návštěvníky s malými dětmi, pro které je připraven dětský koutek. Pro malé návštěvníky pořádá kurzy kreslení nebo tzv. „šikovné ručičky“. Za velmi negativní považuji sortiment nápojového lístku, který je nerozmanitý.

• **Kavárna u Kocourka**

Kavárna se nachází v nedaleké blízkosti hlavního náměstí města Prostějov a zároveň také u největšího parkoviště. Podle mého názoru má nejlepší polohu. Působí na trhu od roku 2005 a její hlavní výhodou je rozdělení místností na nekuřáckou a kuřáckou část. Za jednu z dalších výhod považuji to, že má svoji vlastní výrobu cukrářský výrobků a v letních měsících umožňuje zákazníkům posezení na venkovní zahrádce. Nabízí snídaňové menu a jediným negativem této kavárny jsou její internetové stránky.

• **Coctail Café**

Nachází se v těsné blízkosti náměstí a disponuje kuřáckými i nekuřáckými prostory, poskytuje dětský koutek a zdarma wifi připojení. Nabízí široký výběr nealkoholických a alkoholických nápojů, velký výběr moučníků, dezertů, zákusků a pohárů. Silnou zbraní jsou její internetové stránky a velká letní zahrádka.

• **Kavárna Národního domu**

Podnik je součástí velkého objektu národního domu, kde se nachází restaurace a divadlo. Pořádají se v ní různé výstavy obrazů a grafiky známých autorů, což je jejím velkým přínosem. Má velmi krásný secesní interiér a povedené internetové stránky. Její silnou stránkou je také nabízený sortiment špičkových gastronomických nápojů a pokrmů, který patří k velmi zajímavým a neobvyklým s ohledem na to, že patří mezi

kavárny. Obslouží Vás zde s velkou pravděpodobností žák SOU Prostějov, jelikož zde provádějí svoji odbornou výuku. Podle mého usouzení považují za hlavní konkurenty Kavárnu Národního domu, Kavárnu u Kocourka a Coctail Café. V tabulce porovnám jejich cenové nabídky.

	Kavárna u Kocourka	Kavárna Národního domu	Coctail Café
<i>druh kávy</i>	<i>Piazza d'Oro</i>	<i>Dersut</i>	<i>Pellini TOP</i>
Espresso	26,-	26,-	25,-
Espresso macchiato	32,-	29,-	30,-
Espresso doppio	52,-	47,-	50,-
Capuccino	36,-	32,-	36,-
Caffe latte	36,-	55,-	36,-
Ledová káva	36,-	45,-	50,-
Čaj	25,-	25,-	30,-
Horká čokoláda	37,-	36,-	40,-
Snídaňové menu	32-40	45,-	40-60,-
Obědové menu	-	50 - 80,-	-

Tabulka 4: Srovnání cen konkurence
Zdroj: Vlastní zpracování

Sektor dodavatelů

V Olomouckém kraji působí hodně dodavatelů, se kterými by mohla naše kavárna spolupracovat a mohli bychom s nimi uzavřít i dlouhodobější kontrakt. Jelikož ne nadarmo se říká, že čím déle s někým spolupracujeme, tím více si ho ceníme. Přechod k jiným dodavatelům bude možný, protože v České republice působí velký počet dodavatelů nabízející výrobky a materiály pro gastronomická zařízení. Dále uvedu některé z nich a popíši, co nabízí.

Karlovarské minerální vody, a.s. - jsou největším výrobcem minerálních a pramenitých vod v České republice. V současné době stáčí a exportují přírodní a ochucené minerální vody Mattoni a Magnesia, pramenitou vodu Aquila a několik druhů ochucených limonád a ledových čajů. Svými produkty pokrývají rozhodující

podíl českého trhu minerálních vod. Filosofii firmy je budování světoznámých značek s mezinárodní hodnotou s akcentem na prvotřídní kvalitu všech produktů. Všechny procesy ve firmě jsou nekompromisně podřízeny jedinému cíli - vysoké kvalitě finálního produktu.

The Coca-Cola Company - v závodech společnosti se vyrábějí osvěžující nealkoholické nápoje, které odpovídají přísným jakostním požadavkům. Tyto nápoje jsou distribuovány na přesně vymezené území.

K nákupu potravin a surovin pro výrobu nabízených pokrmů a doplňkového sortimentu využívá restaurace služeb velkoobchodní společnosti **Makro Cash & Carry ČR s.r.o.** v Olomouci. Tento velkoobchod je zaměřen na prodej širokého sortimentu potravinářského i ostatního spotřebního zboží registrovaným podnikatelům, zejména obchodníkům a firmám podnikajícím v gastronomii.

Manuel Caffé – je dodavatelem pravé italské kávy do restaurací a kaváren. Dodává různé druhy káv, čajů, čokolád. Podle výše odběru měsíčně potom firma dodává zdarma do kavárny či restaurace veškerý inventář. Kávovar si od nich můžeme koupit i na splátky. Také provádí pravidelné kontroly a servis kávovarů. Působí po celé České Republice a má svou kávu dodává do několika kaváren, restaurací a pivovarů.

4 NÁVRH PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU

V této části mé diplomové práce provedu podrobný popis podniku, výrobního plánu, marketingového plánu, organizačního plánu, vyhodnotím rizika a nakonec vypracuji finanční plán.

4.1 Popis podniku

Na začátku podnikání se každý podnikatel musí rozhodnout, jakou právní formu ke svému výkonu zvolí. Musí uvážit všechny výhody a nevýhody s tím spjaté a rozhodnout se. Já jsem se rozhodla, že budu moji kavárnu provozovat jako osoba samostatně výdělečně činná na základě živnostenského oprávnění. Hlavním důvodem, proč jsem se takto rozhodla je, že chci začít podnikat co nejdříve a tento způsob je nejrychlejší. V budoucnu bych chtěla přejít na společnost s ručením omezeným. A to především kvůli ručení. Nevýhodou živnosti totiž je, že ručí celým svým majetkem. Další výhodou oproti s.r.o. je platba daně z příjmu FO místo daně z příjmu PO, která je podstatně vyšší.

Pro založení živnosti stačí, abychom se ohlásili na kterýkoliv živnostenský úřad, kde pouze doložíme splnění všeobecných podmínek:

- věk min. 18 let,
- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost,
- odborná způsobilost.

Jelikož zakládáme řemeslnou živnost, musíme doložit dosažené vzdělání nebo praxi. Potom zaplatíme registrační poplatek, který činí 1000 Kč a já jako začátečník, musím vyplnit JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ (mohu si jej online stáhnout na internetu nebo vyzvednout na živnostenském úřadě), který mi umožní následující potřebné služby:

- ohlásit živnost,

- registrovat se na daň z příjmu FO,
- registrovat se ke zdravotnímu pojištění,
- registrovat se k sociálnímu pojištění.

Tímto provedu všechna ohlášení a registrace a výpis z rejstříku trestů k tomu potřebovat nebudu, jelikož úřad si ho zjistí sám.

Budu se snažit poskytnout našim zákazníkům maximální komfort, pohodlí a třeba i gastronomický zážitek.

ZÁKLADNÍ INFORMACE	
Název kavárny	Caffé del Tronto
Sídlo	Šafaříkova 4477, Prostějov
Datum zahájení	1.9.2011
Právní forma	OSVČ
Předmět podnikání	Hostinská činnost (bez ubytovacích zařízení) část C, skupina 114. Nutná odborná způsobilost podle § 21 a 22.
Zakladatel	Bc. Petra Petyrková

Tabulka 5: Základní informace o kavárně
Zdroj: vlastní zpracování

- **Umístění a velikost kavárny**

Umístění podniku je strategicky zvoleno v blízkosti fit klubu Jitřenka, které navštěvuje velký počet lidí. Z analýzy konkurence jsem zjistila, že žádný podobný podnik v Prostějově není. Nachází se v blízkosti centra města Prostějov, cca 300 metrů a má dobrou dostupnost MHD. Toto zařízení je zkolaudováno na provoz občerstvení. Plocha

zařízení je 60 m², dále obsahuje 40 m² skladů, malou kuchyň a sociální zařízení. Celková kapacita je 40 míst k sezení. Jedinou nevýhodou je, že prostory disponují pouze jednou šatnou a proto jsem se rozhodla, že ze začátku budu zaměstnávat pouze ženy, než se mi podaří tento problém odstranit. V příloze č. 1 a 2 uvádím fotografie umístění kavárny a prostory, kde se bude nacházet.



Obrázek 7: Sídlo podniku
Zdroj: mapy.cz³²

- **Personál**

Zaměstnanci, jak již popisují v odstavci výše, budou jen ženy. Na plný úvazek bude pracovat v kavárně jedna osoba, která bude vrchní servírka. Ke své pomoci bude mít dva brigádníky, jednoho studenta a jednu osobu, která bude zaměstnaná na poloviční úvazek. Já budu zastupovat vrchní servírku jako druhá směna. Dále budu vést daňovou evidenci, starat se o vedení skladu, marketing a potřebný nákup, který nám nedodají

³² Mapy, [online] 25. 1. 2011.

dodavatelé. Jako jednatelka budu mít odpovědnost za vedení účetnictví, nákup a budu vykonávat dohled nad číšníky. Zaměstnance si budu vybírat sama pomocí portálu JOBS.cz, o kterém vím, že navštěvuje velký počet lidí a je také propojen s ostatními portály, které nabízejí zaměstnání. V průběhu roku bych chtěla spolupracovat se SOU Obchodní Prostějov, které poskytuje vyučení v oboru kuchař a číšníka a servírka. Náš podnik by rád poskytoval této škole možnost jejím studentům vykonávat odbornou praxi. Také z důvodu toho, že bychom mohli získat budoucí studenty z té školy a sami si je zde „vycvičit“ na své zaměstnance. Hlavní požadavek na každého zaměstnance je **ZDRAVOTNÍ** průkaz, který musí vlastnit všichni, kteří přijdou do styku s pokrmy či nápoji.

- **Kancelářské zařízení a technické vybavení**

Jelikož prostory kavárny nemají žádné prostory pro kancelářské zařízení, budu činnost spojenou s účetnictvím a administrativní činnost vykonávat v prostorách firmy Grewis, která má několik kanceláří, které nevyužívá. Firma sídlí v malém městečku nedaleko Prostějova a má velmi dobrou dostupnost ve vzdálenosti 5 kilometrů. Firmu vlastní můj otec, takže jsme se dohodli na symbolické částce za nájem ve výši 500 Kč měsíčně. V prostorách kanceláře je i nový nábytek a další nepostradatelné zařízení.

- **Průprava podnikatele**

Člověk, který zakládá svůj podnik, by měl určitě mít znalosti, zkušenosti a dostatečnou praxi v oboru. Já mám maturitu na hotelové škole a bakalářské vzdělání v oboru hotelnictví. Absolvovala jsem barmanský, sommeliérský, cukrářský a kurz studené kuchyně, na kterých jsem dostala osvědčení. Mám také praxi v oboru a to 22 měsíců v gastronomickém provozu v Itálii na pozicích servírky, recepční a odpovědné vedoucí restaurace. Během mých studií na hotelové škole jsem prošla několika gastronomickými zařízeními po celé České Republice. Buď jako servírka nebo na pozici pomocného kuchaře. Jednalo se o hotely Voroněž, Morávka, Internacionál, Brno, Winkler, Amerika a další. Splňuji tedy všeobecnou podmínku dle živnostenského zákona č. 455/1991 Sb., a mohu vykonávat řemeslnou živnost.

4.2 Marketingový mix

Mohu sice vytvořit dobrý podnikatelský záměr, ale pokud nebude mít dobrý marketing, nemůže být úspěšný. Hlavní podmínkou je, aby se společnost dostala dostatečným způsobem přímo k zákazníkovi a zajistila jeho potřeby a touhy. Marketingový mix je složen ze čtyř základních složek.

4.2.1 Produkt (Product)

Kavárna bude disponovat kapacitou 40 míst k sezení, bude pouze nekuřácká a bude mít malý dětský koutek. V letních měsících bude k dispozici i letní zahrádka.

Podnik se bude soustřeďovat na podávání výborné kávy, nápojů z čerstvého ovoce, alkoholické a nealkoholické nápoje, míchané nápoje, které budou uvedeny na nápojovém lístku.

Bude dále nabízet dezerty, palačinky několika druhů a dezerty denní nabídky. Potom bude nabízet několik druhů zeleninových salátů, které se budou podávat i formou poledního menu. Polední menu (viz. příloha č.3) bude obsahovat salát a palačinku+nápoj. Dále se budou připravovat čerstvé bagety a sendviče. Vše je uvedeno na jídelním lístku v příloze č. 4 a 5.

Budeme se snažit poskytovat takovou kvalitu jídel a nápojů, aby se k nám zákazníci vraceli. Naší hlavní vizí je dobrý vzhled a chutnost našich výrobků.

Kavárna bude sloužit pro široké okolí a lidé si budou moc zažádat o soukromý pronájem tohoto podniku k různým příležitostem. Budou zde moci uskutečnit oslavu narozenin, promoce, smuteční hostinu nebo různá výročí.

Káva bude podávána pomocí kavárenského způsobu obsluhy - každá káva zvlášť na stříbrném podnosu.

Součástí kavárny bude jeden počítač, kde budou moci zákazníci navštívit internetové stránky. Cena bude cca 40 Kč za hodinu.

4.2.2 Cena (Price)

Cena bude vyobrazena na jídelním a nápojovém lístku, popřípadě v průběhu konajících se akcí na informačních tabulích.

Ze začátku bude cena stanovena podle konkurence, ale ovšem tak, aby pokryla všechny náklady. Nemůžeme si při založení podniku dovolit dát cenu vyšší než má konkurence, tak si nikdy své zákazníky nemůžeme získat. Této ceně se říká konkurenčně orientovaná cena. Nevýhodou je, že nebere v úvahu náklady a zisk. Proto zkusím vypočítat i cenu, která se zaměřuje i na náklady a zisk.

Cenu stanovíme tedy na základě vzorce cena =

$\text{cena surovin} \times \frac{100 + \text{přirážky}}{100}$
--

Přirážka zahrnuje v % výši osobních a věcných nákladů a přiměřený zisk. Tato metoda je nejvíce používána při určování ceny pokrmů a nápojů. Musím si tedy nejdříve sestavit kalkulace jednotlivých pokrmů a nápojů.

Od zákazníků budeme přijímat platbu v hotovosti, také budou moci platit stravenkami. Při větších oslavách můžeme vystavit fakturu s delší splatností. Při takových akcích, budeme vyžadovat zálohu předem a to z důvodu, aby nemohli den před akcí zrušit rezervaci.

4.2.3 Místo (Place)

Podnik bude sídlit ve městě Prostějov, které je součástí Olomouckého kraje a leží v severní části Hornomoravského úvalu ve východní části republiky. Hlavním kulturním a společenským centrem a současně jednou z architektonických dominant Prostějova je Národní dům, významná kulturní památka České republiky. K dalším pamětihodnostem patří prostějovský zámek na Pernštýnském náměstí, na jehož vstupním průčelí se nachází i známá věta: „ Hanák tade bode do skonání světa...“, kostel Povýšení sv.Kříže, Muzeum, Morový sloup se sochou P.Marie, rodný dům Jiřího Wolker a jiné.

Prostějov je městem poetických festivalů, divadelního života i městem sportu. Proto zde každý návštěvník najde, to co ho zajímá a co jinde marně hledá. Město a jeho okolí je

ideálním místem pro cykloturistiku. Prostějovem navíc pochází i mezinárodní cyklotrasa „Jantarová stezka“. K aktivnímu odpočinku i relaxaci slouží Kolářovy sady, Smetanovy sady, lesopark Hloučela, víceúčelová sportovní hala, celá řada tenisových areálů, bowlingová herna, hala pro squash, městské lázně, dvě horolezecké stěny a další sportovní využití.³³

Po provedení analýzy konkurence jsem došla k závěru, že v Prostějově se nenachází žádná kavárna v blízkosti sportovního zařízení. Proto jsem se rozhodla zaměřit se na tuto oblast. V Prostějově se nachází 4 větší sportovní zařízení:

- FIT KLUB LINIE
- FIT KLUB JITŘENKA
- H.E.A.T PROSTĚJOV
- FIT CLUB KUBUS

Každé z nich má své specifické zařízení a nabízí různá sportovní vyžití, ale součástí žádného z nich není žádné zařízení, kam by sportovci mohli po svém výkonu zajít a popovídat si nebo občerstvit se. Kromě FIT KLUBU LINIE, kde se nachází dětská kavárna, která ale ovšem spíše slouží pro maminky, které si jdou zacvičit a své dítě tu odloží a později vyzvednou. Tohle nemůžeme brát za konkurenci mého podniku. K mému podnikání využiji prostory v budově FIT KLUB JITŘENKA, které nabízí k pronájmu realitní kancelář EURO bydlení. Prostory jsou zařízené nábytkem, částečně vybavená kuchyň a WC. To hodnotím jako dobrý začátek do mého podnikání.

³³ *Město Prostějov*. [online] 24. 4. 2011



Obrázek 8: Prostory kavárny
Zdroj: Reality - eurobydlení³⁴

4.2.4 Propagace (Promotion)

Aby byl podnik prospektivní a dozvědělo se o něm co nejvíce lidí, musí mít dobrou propagaci. Ze začátku bude ve větší míře, a až bude podnik známější a známější, bude se propagace zmírňovat, jelikož už nebude potřebná.

V dnešní době považuji za nezbytné registrovat kavárnu na některých ze sociální sítí, které již používá většina lidí. Mezi nejoblíbenější patří FACEBOOK, který nabízí velmi dobré propagační dispozice. Hlavní výhodou je registrace zdarma a nulové náklady.

V prvních měsících budeme roznášet letáky s informací o nově otevřené kavárně a s kupóny na slevu.

Jelikož často jezdím svým osobním automobilem po Prostějově, využila bych reklamu na autě, která je také velmi viditelným zdrojem reklamy.

V prostějovském večerníku nechám otisknout inzerát, který vycházejí 1krát týdně.

³⁴ Reality-eurobydlení, [online]. 25. 3. 2011.

Další důležitou reklamou, kterou kavárna bude mít, jsou dobře propracované internetové stránky.

A také před kavárnou bude informační tabule o každodenním dění, novinkách, akcích a případných slevách.

4.3 Zakladatelský rozpočet

„Začátek, ale i úspěch podnikání je podmíněn splněním dvou základních podmínek:

- existencí produktu, o nějž mají zákazníci zájem a který přinese požadované zhodnocení kapitálu,
- disponibilní finanční zdroje pro realizaci záměru.³⁵

Dříve než přejdu k popisu podrobného podnikatelského záměru, musím stanovit všechny pravděpodobnosti, které budu na začátek podnikání potřebovat a zhodnotit, zda na ně budu mít dostatečné finanční prostředky, tak aby byl samotný podnikatelský záměr účelný a realizovatelný.

Rozhodla jsem se založit firmu, která bude vykonávat pohostinskou činnost (bez ubytovacího zařízení) na základně živnostenského oprávnění (listu).

Ze začátku si pronajmu prostory k podnikání. Budu předpokládat měsíční nájem ve výši 18 000 Kč a 5000 Kč na spotřebu energie a plynu. Budu počítat s počátečními opravami prostorů 5000 Kč (malování, malé opravy). Náklady na telefon, internet a prostor kanceláře by se měly pohybovat okolo 2000 Kč.

Dále zakoupím přenosný počítač v hodnotě 15000 Kč, mobilní telefon v hodnotě 3000 Kč a účetní software Pohoda za 6000 Kč.

Počítám s tím, že provozovna bude částečně vybavena, jelikož na daném místě byla dříve vinárna, proto budu potřebovat zakoupit kávovar za 30 000 Kč, odšťavňovač za

³⁵ KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ., M. *Podnikatelský plán*. 2007. s. 137.

5000 Kč, frapovač za 6000 Kč, palačinkovač za 10 000 Kč a Salamandr v hodnotě 15 000 Kč. Všechny spotřebiče a zařízení budu pořizovat u firmy Gastrostyl, jelikož má dobré dodací podmínky a výběr všeho, co k mému podnikání budu potřebovat.

Na začátku si otevřu podnikatelský účet. Rozhodla jsem se pro FIO banku, jelikož tato banka nabízí vedení účtu zdarma, internetbanking zdarma, 10 výběrů měsíčně zdarma a další výhody.

Jelikož budeme podávat nápoje a pokrmy musíme mít dostatečný inventář k servisu. K nákupu využijeme opět firmu Gastrostyl, která disponuje širokou i cenově dostupnou nabídkou. Podrobný seznam a ceny uvádím v tabulce níže.

DRUH	POČET	CENA ZA KUS	CENA CELKEM
Vodovky	60	20,00 Kč	1 200,00 Kč
Sklo na pivo	30	- Kč	- Kč
Sklo na červené víno	30	40,00 Kč	1 200,00 Kč
Sklo na bílé víno	30	40,00 Kč	1 200,00 Kč
Šampusky	20	40,00 Kč	800,00 Kč
Sklo na pálenky	10	25,00 Kč	250,00 Kč
Misky na likéry	10	20,00 Kč	200,00 Kč
Napoleonky	10	20,00 Kč	200,00 Kč
Sklo na whisky	10	20,00 Kč	200,00 Kč
Sklo na frapé	20	20,00 Kč	400,00 Kč
Sklo na koktejly	20	25,00 Kč	500,00 Kč
Šálky na kávu	50	- Kč	- Kč
Podšálky na kávu	50	- Kč	- Kč
Konvičky na mléko	30	- Kč	- Kč
Hrníčky na čaj	20	30,00 Kč	600,00 Kč
Konvičky na čaj	20	70,00 Kč	1 400,00 Kč
Kávové lžičky	50	10,00 Kč	500,00 Kč
Moučnickové vidličky	40	10,00 Kč	400,00 Kč
Limonádové lžičky	30	10,00 Kč	300,00 Kč
Moka lžičky	20	10,00 Kč	200,00 Kč
Nože	50	30,00 Kč	1 500,00 Kč
Vidličky	50	30,00 Kč	1 500,00 Kč
Lžíce	50	30,00 Kč	1 500,00 Kč
Misky na salát	50	50,00 Kč	2 500,00 Kč
Dezertní talíře	50	20,00 Kč	1 000,00 Kč
Oválné talíře	20	30,00 Kč	600,00 Kč
Masový talíř	40	30,00 Kč	1 200,00 Kč
Ošatky na pečivo	20	20,00 Kč	400,00 Kč
CELKEM			19 750,00 Kč

Tabulka 6: Potřebný inventář
Zdroj: vlastní zpracování

U položek, kde je uvedena nulová částka, počítám s dodáním inventáře od dodavatele. Především jsou to sklenice na pivo a šálky na kávu. Dodavatelé poskytují zdarma inventář, který zároveň slouží i jako forma jejich reklamy.

Dalšími nezbytnými náklady bude propagace. V prvních třech měsících budeme roznášet informační letáčky, na které budeme potřebovat v prvním měsíci 3000 Kč (za 2000 kusů letáků formátu A5) a v dalších dvou měsících také 3000 Kč.

Dále si nechám polepit osobní automobil, kde budou informace o podniku, adresa a webové stránky. Náklady na tuto formu reklamy budou asi 3000 Kč. Webové stránky si nechám sestavit na míru v hodnotě 5000 Kč.

Musím také nakoupit vybavení pro dětský koutek. Chci, aby se do mé kavárny rády vracely i děti, proto si dám záležet na výběru prvotřídních hraček a investuji do nich 25 tisíc korun.

Poslední položku v zakladatelském rozpočtu bude tvořit registrační kasa s cenou pořízení 20 000 Kč zakoupení u firmy Winshop.

	POLOŽKA	CENA CELKEM
1	Nájem	23 500 Kč
1.1	Nájem	18 000 Kč
1.2	Energie a služby	5 000 Kč
1.3	Nájem kanceláře	500 Kč
2	Opravy (malování, drobné úpravy objektu)	5 000 Kč
3	Stroje a zařízení	66 000 Kč
3.1	Kávovar	30 000 Kč
3.2	Palačinkovač	10 000 Kč
3.3	Odšťavňovač	5 000 Kč
3.4	Frapovač	6 000 Kč
3.5	Salamandr	15 000 Kč
4	Elektronika	44 000 Kč
4.1	Počítač	15 000 Kč
4.2	Telefon	3 000 Kč
4.3	Software	6 000 Kč
4.4	Registrační kasa	20 000 Kč
5	Vybavení dětského koutku	25 000 Kč
5.1	Koberec	5 000 Kč
5.2	Hračky	20 000 Kč
6	Propagace	18 500 Kč
6.1	Letáky	3 000 Kč
6.2	Webové stránky	5 000 Kč
6.3	Reklama na autě	10 000 Kč
6.4	Reklama v novinách	500 Kč
7	Náklady na založení živnosti	1 000 Kč
8	Inventář	19 750 Kč
9	Počáteční nákup surovin	100 000 Kč
10	Rezerva	50 000 Kč
	CELKEM	352 750,00 Kč

Tabulka 7: Zakladatelský rozpočet
Zdroj: vlastní zpracování

V tabulce jsou uvedeny všechny náklady, které souvisejí se založením podniku. Všechny uvedené náklady budou krýt z vlastních zdrojů, jelikož vložíím do podniku základní jmění ve výši 350 000 Kč. Další náklady, které budou vynaloženy na mzdy, náklady na materiál, telefon, internet a jiné, uvedu v následující kapitole, kde se budu věnovat samostatnému podnikatelskému záměru. Předpokládám, že tyto částky budou hrazeny již ze zisku, proto jsem je do zakladatelského rozpočtu neuvedla.

4.4 Organizační plán

Organizační plán bude obsahovat otevírací dobu provozovny, směny zaměstnanců a jejich jednotlivou pracovní náplň a způsoby odměňování.

4.4.1 Otevírací doba

Kavárna bude otevřena 6 dní v týdnu, protože se bude nacházet v blízkosti sportovního zařízení, které je také otevřeno jen 6 dní v týdnu. Podle zájmu se může otevírací doba v průběhu chodu kavárny změnit. Otevírací doba bude tedy následující:

Pondělí	10:00 – 22:00
Úterý	10:00 – 22:00
Středa	10:00 – 22:00
Čtvrtek	10:00 – 22:00
Pátek	10:00 – 22:00
Neděle	10:00 – 22:00

Tabulka 8: Otevírací doba kavárny
Zdroj: vlastní zpracování

4.4.2 Pracovní doba

Jelikož budu předpokládat, že kavárna bude mít tři zaměstnance a ze začátku budu já nahrazovat 4. zaměstnance, musím sestavit plán směn a pracovní náplň na jednotlivé činnosti. V provozu se bude pracovat na 12-ti hodinové pracovní směny a brigádníci budou pracovat 4 hodiny denně, tak aby v době špičky pomohli číšníkovi. Takže v kavárně budou dvě pozice. Jedna bude vrchní číšník a druhá bude pomocný číšník či kuchař.

Pracovní náplň vrchního číšníka:

- příchod na pracoviště minimálně hodinu před otevírací dobou,
- příprava pracoviště,
- přijímání objednávek a komunikace s hosty,
- příprava objednávek,
- servis nápojů a pokrmů,
- vyúčtování a rozloučení s hostem,
- dohled nad kavárnou,
- spočítání tržeb za daný den,
- úklid pracoviště.

Pracovní náplň pomocného kuchaře či číšníka:

- oznámení příchodu vrchnímu číšníkovi,
- příprava pokrmů a jídel,
- výpomoc číšníkovi za barem,
- neustálý úklid kuchyně.

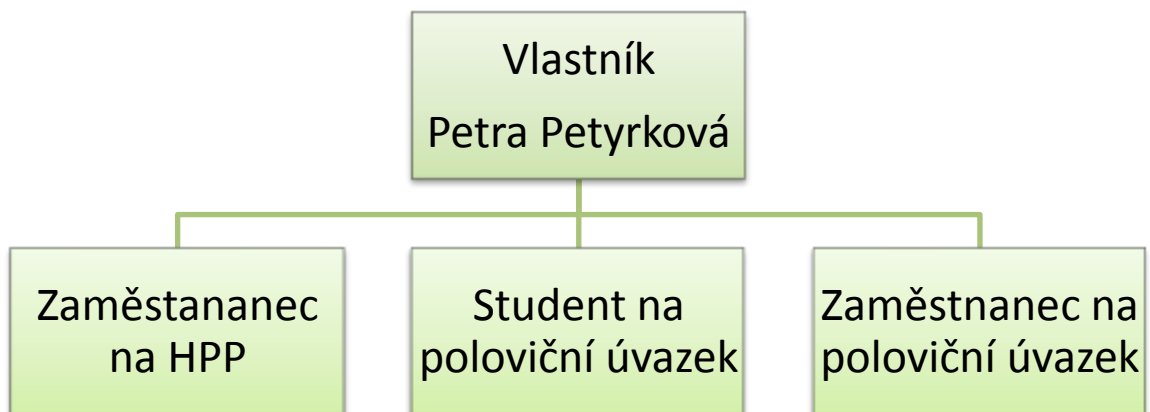
Plán směn:

Vrchní číšník I. Vrchní číšník II (já) Pomocná síla I. Pomocná síla II

Pondělí	12	0	4	4
Úterý	12	0	4	4
Středa	0	12	4	4
Čtvrtek	0	12	4	4
Pátek	12	0	4	4
Neděle	12	0	4	4

Tabulka 9: Plánované směny zaměstnanců
Zdroj: vlastní zpracování

4. 4. 3 Organizační struktura



Obrázek 9: Organizační struktura kavárny
Zdroj: Vlastní zdroj zpracování

4.4.4 Odměňování zaměstnanců

Vrchní číšník bude vždy pracovat dva dny a dva dny bude mít volno. Jelikož předpokládám, že největší návštěvnost bude v době obědů a večer, bude jeden brigádník chodit od 10.30 – 14.30 a druhý od 17.00 – do 21.00 hodin. Bude tak pomocnou silou číšníkovi a bude připravovat lehké pokrmy, které jsou uvedeny na jídelním lístku. Hrubá mzda vrchního číšníka bude 15000 a brigádníka 8000. Vždy po dvou dnech, když bude prováděna inventura a předávat kasa druhé směně, se budou rozdělovat tringelty za dané dva dny. Ty rozdělíme rovnoměrně mezi všechny zaměstnance.

5.4 Finanční plán

5.4.1 Počáteční rozvaha podniku k 1. 8. 2011

Vše to co budu potřebovat na založení kavárny, jsem uvedla již výše v zakladatelském rozpočtu. Disponuji počátečním kapitálem 350 000 Kč, který mi bude stačit k uhrazení všech nezbytností k začátku podnikání, než bude kavárna generovat tržby. Na začátku podnikání si otevřu podnikatelský účet, jak jsem již výše popsala u FIO banky a vložím na něj kapitál 350 000 Kč.

Stálá aktiva	0	Vlastní kapitál	350 000
Dlouhodobý nehmotný majetek	0	Základní kapitál	350 000
Dlouhodobý hmotný majetek	0	Kapitálové fondy	0
Dlouhodobý finanční majetek	0	Fondy tvořené ze zisku	0
		Výsledek hospodaření minulých let	0
		Výsledek hospodaření běžného účetního období	0
Oběžná aktiva	350 000	Cizí zdroje	0
Zásoby	0	Rezervy	0
Dlouhodobé pohledávky	0	Dlouhodobé závazky	0
Krátkodobé pohledávky	0	Krátkodobé závazky	0
Finanční majetek	350 000	Bankovní úvěry a výpomoci	0
Ostatní aktiva	0	Ostatní pasiva	0
AKTIVA CELKEM	350 000	PASIVA CELKEM	350 000

Tabulka 10: Zahajovací rozvaha
Zdroj: vlastní zpracování

5.4.2 Předpokládané měsíční výdaje

Do měsíčních výdajů budu počítat následující položky:

- nájem,
- zálohy na energie a služby,
- soc. a zdrav. podnikatele,
- mzdy,
- čisticí prostředky,
- propagace
- zásoby.

- **Mzdy**

Následující tabulka znázorňuje měsíční mzdové náklady na zaměstnance kavárny.

Jednotlivé položky	plný úvazek	pol. úvazek	pol. úvazek student
hrubá mzda	15 000	8000	8000
soc.+zdrav. pojištění - zaměstnavatel - 34%	5 100	2720	2720
soc.+zdrav. pojištění - zaměstnanec - 11%	1 650	880	880
super hrubá mzda	20 100	10720	10720
základ pro výpočet zálohy na daň	20 100	10 800	10800
daň před slevami	3 015	1 620	1620
sleva na poplatníka	1970	1970	1970+335
záloha na daň	1045	0	0
čistá mzda	12305	7120	7120

Tabulka 11: Měsíční mzdové náklady

Zdroj: vlastní zpracování

V roce 2011 budou celkové mzdové náklady 166 480 Kč, (za září, říjen, listopad a prosinec) v dalších letech budu počítat s tím, že mzdy budou růst o 5%. (díky ekonomické situaci, inflaci). Proto v roce 2011 budou mzdové náklady 523 404 Kč, 2012 – 549 574 Kč, 2013 – 549 574 Kč, 2014 - 577 053 Kč, 2015 - 605 906 Kč.

- **Zálohy na sociální a zdravotní pojištění podnikatele**

Měsíční výdaje na zdravotní pojištění jsou od 1. ledna 2011 ve výši **1670 Kč** a sociální ve výši **1731 Kč**. Je to měsíční minimální záloha stanovená státem.³⁶ V případě přeplatku nebo doplatku nám ke konci roku pojišťovna vrátí nebo já doplatím. Za rok 2011 budou náklady ve výši 13 604 Kč. A následně každý rok to bude 40 814 Kč. S velkou pravděpodobností musím předpokládat, že se bude tato hodnota během let měnit.

- **Nájem, zálohy na energie a služby, čisticí prostředky, odvoz odpadu**

Výše ceny nájmu stanovil pronajímatel nemovitosti. Nájem je ve výši 18 000 Kč měsíčně, nájem kanceláře 500 Kč a záloha na služby měsíčně 5000 Kč. Záloha na služby se samozřejmě může během roku měnit. Záleží na tom, jaká bude spotřeba energie. Jelikož úklid kavárny nebude zařizovat žádná externí služba, ale sami číšníci či kuchaři, budeme potřebovat čisticí prostředky. Předpokládám, že měsíční spotřeba bude 1500 Kč a odvoz odpadu, který činí 500 Kč měsíčně.

Položka	Cena za měsíc
Nájem kavárny	18 000 Kč
Nájem kanceláře	500 Kč
Zálohy na služby	5000 Kč
Spotřeba čisticích prostředků	1500 Kč
Odvoz odpadu	500 Kč
CELKEM	25 500 Kč

Tabulka 12: Měsíční výdaje na pronájmy, energii a čisticí prostředky
Zdroj: vlastní zpracování

³⁶ *Jak podnikat*, [online] 25. 4. 2011.

- **Propagace**

První složku propagace zahrnují výdaje na letáky, které budeme roznášet v prvních 3 měsících. 1. měsíc je tato cena 3000 Kč. Za říjen a listopad to potom bude dohromady 3000 Kč.

První měsíc ještě počítám s reklamou na osobní automobil ve výši 10 000Kč a zhotovení webových stránek v hodnotě 5000Kč.

Každý týden bude vycházet inzerát v prostějovském večerníku (4krát měsíčně). Celkem za 500 Kč.

1. měsíc	
Reklama na autě	10 000,00 Kč
Internetové stránky	5 000,00 Kč
Reklama v novinách	500,00 Kč
Letáky	3 000,00 Kč
Sociální síť	- Kč
2. měsíc	
Reklama na autě	- Kč
Internetové stránky	- Kč
Reklama v novinách	500,00 Kč
Letáky	1 500,00 Kč
Sociální síť	- Kč
3. měsíc	
Reklama na autě	- Kč
Internetové stránky	- Kč
Reklama v novinách	500,00 Kč
Letáky	1 500,00 Kč
Sociální síť	- Kč
Následující měsíce	
Reklama na autě	- Kč
Internetové stránky	- Kč
Reklama v novinách	500,00 Kč
Letáky	- Kč
Sociální síť	- Kč

Tabulka 13: Plán propagace
Zdroj: vlastní zpracování

5.4.3 Plán tržeb

Z důvodu neznalosti mých zákazníků, musím plán tržeb sestavit ve třech variantách pesimistické, optimistické a realistické variantě. V úvahu musím vzít sezonní období, kapacitu kavárny, návštěvnost sportovního zařízení v jednotlivých měsících a konkurenci. Sportovní zařízení bývá nejnavštěvovanější v zimních měsících od ledna do března a nejméně lidí chodívá cvičit v srpnu a prosinci.

počet míst k sezení	I. varianta	II. varianta
kapacita kavárny	40	40
průměrná doba návštěvy	30 minut	60 minut
počet zákazníků na jedno místo za hodinu	2	1
max.kapacita za hodinu	80	40

Tabulka 14: Kapacita kavárny
Zdroj: Vlastní zpracování

V první variantě předpokládám, že lidé přijdou jen na kávu a zákusek a ve druhé přijdou na menší pokrm nebo polední MENU.

Varianta	září	říjen	listopad	prosinec
P	44	55	55	44
R	54	64	64	54
O	64	74	74	64

Tabulka 15: Průměrný počet hostů za den
Zdroj: vlastní zpracování

Pomocí těchto tří variant vypočítám průměrné denní tržby. Stanovím si průměrnou sumu, kterou zaplatí jeden host. Jelikož nemám představu, kdo si co vybere a kdo si objedná, musím sestavit průměrnou cenu jídel a nápojů. Budu tedy předpokládat, že každý náš zákazník si objedná jedno jídlo a jeden teplý a jeden studený nápoj. Nejdražší jídlo v kavárně stojí 120 Kč a nejlevnější 38 Kč, průměrná cena je tedy 79 Kč. Nejlevnější teplý nápoj stojí 18 Kč a nejdražší 35 Kč, průměrná cena činní 27 Kč. Za studený nápoj budu počítat 20 Kč. Dohromady bude průměrná cena na zákazníka činit $79+27+20 = 126$ Kč.

Nyní můžu vypočítat průměrné denní tržby v jednotlivých variantách. Použiji k tomu vzorec $T=P*Q$, kde P je průměrná útrata za jednu návštěvu a Q je průměrný počet hostů za den. Měsíční tržby ve třech variantách budou následující:

Varianta	září	říjen	listopad	prosinec
P	144 144,00 Kč	187 110,00 Kč	180 180,00 Kč	149 688,00 Kč
R	176 904,00 Kč	217 728,00 Kč	209 664,00 Kč	183 708,00 Kč
O	209 664,00 Kč	251 748,00 Kč	242 424,00 Kč	217 728,00 Kč

Tabulka 16: Měsíční tržby kavárny
Zdroj: vlastní zpracování

5.4.4 Plánovaná rozvaha – rok 2011

Rozvaha je účetní výkaz a podává přehled o majetku v konkrétní formě (aktiva) a zdroje financování, ze kterých byl majetek pořízen (pasiva). Mezi nimi musí platit bilanční vztah. Pro první rok podnikání jsem opět sestavila 3 možnosti, které by mohly nastat.

AKTIVA	P	R	O
Stálá aktiva	0	0	0
Dlouhodobý nehmotný majetek	0	0	0
Dlouhodobý hmotný majetek	0	0	0
Dlouhodobý finanční majetek	0	0	0
Oběžná aktiva	130 488	193 929	260 709
Zásoby	0	0	0
Dlouhodobé pohledávky	0	0	0
Krátkodobé pohledávky	0	0	0
Finanční majetek	130 488	193 929	260 709
Ostatní aktiva	0	0	0
AKTIVA CELKEM	130 488	193 929	260 709

Tabulka 17: AKTIVA podniku ve 3 variantách
Zdroj: vlastní zpracování

PASIVA	P	R	O
Vlastní kapitál	130 488	193 929	260 709
Základní kapitál	350 000	350 000	350 000
Kapitálové fondy	0	0	0
Fondy tvořené ze zisku	0	0	0
Výsledek hospodaření minulých let	0	0	0
Výsledek hospodaření běžného účetního období	-219 512	-156 071	-89 291
Cizí zdroje	0	0	0
Rezervy	0	0	0
Dlouhodobé závazky	0	0	0
Krátkodobé závazky	0	0	0
Bankovní úvěry a výpomoci	0	0	0
Ostatní pasiva	0	0	0
PASIVA CELKEM	130 488	193 929	260 709

Tabulka 18: PASIVA podniku ve 3 variantách
Zdroj: vlastní zpracování

5.4.5 Plánovaný výkaz zisků a ztrát – rok 2011

Výkaz zisku a ztráty je součástí účetní závěrky stejně jako rozvaha. Obsahuje náklady a výnosy, které se za určité období uskutečnily, a z jejich rozdílu se vypočítává hospodářský výsledek. V následující tabulce jsem vyčíslila Výkaz zisků a ztrát pro rok 2011 ve 3 variantách – optimistické, realistické a pesimistické.

VZaZ	P	R	O
Výkony	661122	788004	921564
Výkonová spotřeba	438561	502002	568782
Přidaná hodnota	222561	286002	352782
Osobní náklady	134823	134823	134823
Odpisy	0	0	0
Ostatní provozní náklady	307250	307250	307250
Provozní výsledek hospodaření	-219512	-156071	-89291
Daň z příjmu za běžnou činnost	0	0	0
Výsledek hospodaření za účetní období	-219512	-156071	-89291

Tabulka 19: VZaZ – první rok podnikání
Zdroj: vlastní zpracování

5.4.6 Plánovaný výkaz peněžních toků – rok 2011

Plánovaný výkaz peněžních toků uvedu za první čtyři měsíce v jednotlivých variantách, tak jak jsem stanovila výše. Propočítám tak, k jakým příjmům a výdajům v jednotlivých měsících dojde. Nejdříve jsem si vypočetla ve třech variantách plán cash-flow na první rok podnikání. Následně jsem sestavila cash-flow pro následující roky.

		srpen	září			říjen			listopad			prosinec		
Cash Flow			P	R	O	P	R	O	P	R	O	P	R	O
+	Stav peněz na začátku podnikání	350 000,00	72 250,00	72 250,00	72 250,00	115 822,00	132 202,00	148 582,00	136 936,00	168 625,00	202 015,00	154 585,00	201 016,00	250 786,00
+	Tržby	-	144 144,00	176 904,00	209 664,00	187 110,00	217 728,00	251 748,00	180 180,00	209 664,00	242 424,00	149 688,00	183 708,00	217 728,00
-	Založení živnost	1 000,00												
-	Nájem	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00	18 000,00
-	Nájem kanceláře	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
-	Služby	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00
-	Mzdy					41 540,00	41 540,00	41 540,00	41 540,00	41 540,00	41 540,00	41 540,00	41 540,00	41 540,00
-	Sociální podnikatele					1 731,00	1 731,00	1 731,00	1 731,00	1 731,00	1 731,00	1 731,00	1 731,00	1 731,00
-	Zdravotní podnikatele					1 670,00	1 670,00	1 670,00	1 670,00	1 670,00	1 670,00	1 670,00	1 670,00	1 670,00
-	Stavební úpravy	5 000,00												
-	Propagace	18 500,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	500,00	500,00	500,00
-	Inventář	19 750,00												
-	Stroje	66 000,00												
-	Elektronika	44 000,00												
-	Spotřeba surovin a zboží	100 000,00	72 072,00	88 452,00	104 832,00	93 555,00	108 864,00	125 874,00	90 090,00	104 832,00	121 212,00	74 844,00	91 854,00	108 864,00
-	Odvoz odpadu		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
-	Čistící prostředky		1 500,00	1 500,00	1 500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
-	Internet a telefon		1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00
=	Výdaje celkem	277 750,00	100 572,00	116 952,00	133 332,00	165 996,00	181 305,00	198 315,00	162 531,00	177 273,00	193 653,00	145 785,00	162 795,00	179 805,00
	Cash Flow	- 277 750,00	43 572,00	59 952,00	76 332,00	21 114,00	36 423,00	53 433,00	17 649,00	32 391,00	48 771,00	3 903,00	20 913,00	37 923,00

Tabulka 20: Cash-flow ve třech variantách na první rok podnikání
Zdroj: vlastní zpracování

Cash-flow		celkem P	celkem R	celkem O
+	Stav peněz na začátku podnikání	350 000,00	350 000,00	350 000,00
+	Tržby	661 122,00	788 004,00	921 564,00
-	Založení živnost	1 000,00	1 000,00	1 000,00
-	Nájem	90 000,00	90 000,00	90 000,00
-	Nájem kanceláře	2 500,00	2 500,00	2 500,00
-	Služby	25 000,00	25 000,00	25 000,00
-	Mzdy	124 620,00	124 620,00	124 620,00
-	Sociální podnikatele	5 193,00	5 193,00	5 193,00
-	Zdravotní podnikatele	5 010,00	5 010,00	5 010,00
-	Stavební úpravy	5 000,00	5 000,00	5 000,00
-	Propagace	25 000,00	25 000,00	25 000,00
-	Inventář	19 750,00	19 750,00	19 750,00
-	Stroje	66 000,00	66 000,00	66 000,00
-	Elektronika	44 000,00	44 000,00	44 000,00
-	Spotřeba surovin a zboží	430 561,00	494 002,00	560 782,00
-	Odvoz odpadu	2 000,00	2 000,00	2 000,00
-	Čistící prostředky	3 000,00	3 000,00	3 000,00
-	Internet a telefon	4 000,00	4 000,00	4 000,00
=	Výdaje celkem	852634	916075	982855
	Cash Flow	-191512	-128071	-61291

Tabulka 21: Celkové Cash-flow za rok 2011 všech 3 variant

Zdroj: vlastní zpracování

5.4.7 Výhled na následujících 5 let

V poslední části finančního plánu provedu přehled rozvahy, výkazu zisku a ztrát a Cash Flow následujících 5ti roků podnikání. Výhled na dalších 5 roků jsem provedla jen v realistické variantě.

AKTIVA	2 011	2 012	2 013	2 014	2 015
Stálá aktiva	0	0	0	0	0
Dlouhodobý nehmotný majetek	0	0	0	0	0
Dlouhodobý hmotný majetek	0	0	0	0	0
Dlouhodobý finanční majetek	0	0	0	0	0
Oběžná aktiva	193 929	864 721	1 484 764	2 144 801	2 837 927
Zásoby	0	0	0	0	0
Dlouhodobé pohledávky	0	0	0	0	0
Krátkodobé pohledávky	0	0	0	0	0
Finanční majetek	193 929	864 721	1 484 764	2 144 801	2 837 927
Ostatní aktiva	0	0	0	0	0
AKTIVA CELKEM	193 929	864 721	1 484 764	2 144 801	2 837 927

Tabulka 22: AKTIVA – následujících 5ti let

Zdroj: vlastní zpracování

PASIVA	2 011	2 012	2 013	2 014	2 015
Vlastní kapitál	193 929	764102,2	1376665	2029581	2716675
Základní kapitál	350 000	350000	350000	350000	350000
Kapitálové fondy	0	0	0	0	0
Fondy tvořené ze zisku	0	0	0	0	0
Výsledek hospodaření minulých let	0	-156071	414102,2	1026665	1679581
Výsledek hospodaření běžného účetního období	-156 071	570173,2	612562,9	652915,9	687093,8
Cizí zdroje	0	100618,8	108099,3	115220,4	121251,8
Rezervy	0	0	0	0	0
Dlouhodobé závazky	0	0	0	0	0
Krátkodobé závazky	0	100618,8	108099,3	115220,4	121251,8
Bankovní úvěry a výpomoci	0	0	0	0	0
Ostatní pasiva	0	0	0	0	0
PASIVA CELKEM	193 929	864 721	1484764	2144801	2837927

Tabulka 23: PASIVA – následujících 5ti let
Zdroj: vlastní zpracování

VZaZ	2011	2012	2013	2014	2015
Výkony	788 004	3 152 016	3 309 617	3 475 098	3 648 853
Výkonová spotřeba	502 002	1 612 008	1 690 808	1 773 549	1 860 426
Přidaná hodnota	286 002	1 540 008	1 618 808	1 701 549	1 788 426
Osobní náklady	134 823	564 216	590 386	617 865	646 718
Odpisy	0	0	0	0	0
Ostatní provozní náklady	307 250	305 000	307 760	315 548	333 363
Provozní výsledek hospodaření	-156 071	670 792	720 662	768 136	808 346
Daň z příjmu za běžnou činnost	0	100 619	108 099	115 220	121 252
Výsledek hospodaření za účetní období	-156 071	570 173	612 563	652 916	687 094

Tabulka 24: Výkaz zisku a ztrát v následujících 5 letech
Zdroj: vlastní zpracování

	Cash Flow	2011	2012	2013	2014	2015
+	Stav peněz na začátku podnikání	350 000	193 929	864 721	1 484 764	2 144 801
+	Tržby	788 004	3 152 016	3 309 617	3 475 098	3 648 853
-	Založení živnost	1 000				
-	Nájem	90 000	216 000	218 160	220 342	222 545
-	Nájem kanceláře	2 500	6 000	6 000	6 000	6 000
-	Služby	25 000	60 000	60 600	61 206	61 818
-	Mzdy	124 620	523 404	549 574	577 053	605 906
-	Sociální podnikatele	5 193	20 772	20 772	20 772	20 772
-	Zdravotní podnikatele	5 010	20 040	20 040	20 040	20 040
-	Daň z příjmu			100 619	108 099	115 220
-	Stavební úpravy	5 000				
-	Propagace	25 000	6 000	6 000	6 000	6 000
-	Inventář	19 750	5 000	5 000	10 000	5 000
-	Stroje	66 000				20 000
-	Elektronika	44 000				
-	Vybavení dětského koutku	25 000				
-	Spotřeba surovin a zboží	494 002	1 576 008	1 654 808	1 737 549	1 824 426
-	Odvoz odpadu	2 000	18 000	18 000	18 000	18 000
-	Čistící prostředky	6 000	18 000	18 000	18 000	18 000
-	Internet a telefon	4 000	12 000	12 000	12 000	12 000
=	Výdaje celkem	944 075	2 481 224	2 689 573	2 815 061	2 955 727
	Cash Flow	-156 071	670 792	620 043	660 037	693 125

Tabulka 25: Cash-flow v následujících 5ti letech

Zdroj: vlastní zpracování

5.5 SWOT analýza podnikatelského záměru

Silné stránky	Slabé stránky
Umístění provozovny	Neznalost provozovny
Odbornost zaměstnanců	Náklady na marketingovou propagaci
Zdravé stravování	Časová náročnost vedení podniku
Vysoká efektivita práce	Slabá informovanost potenciálních zákazníků
Nezadluženost	Image
Partnerské vazby s učilištěm	
Moderní technologie	
Vlastní parkoviště	

Příležitosti	Hrozby
Nepříznivé počasí	Nově přicházející konkurence
Velikost města	Vysoké pořizovací náklady
Diferen. poskyt. služeb	Sezónnost
Stabilní prostředí	Nároky na znalosti (HCCP)
Dostupná a levná pracovní síla	Dopravní obslužnost MHD
Zvyšující se zájem zdrav. životního stylu	Konkurence ve městě
Nekuřácké prostředí	

Tabulka 26: SWOT analýza podnikatelského záměr
Zdroj: vlastní zpracování

5.6 Harmonogram podnikatelského záměru

- **3. týden v červenci**
 - prohlídka prostor
 - zadání inzerátu s pracovní nabídkou na pracovní pozice v kavárně
 - hledání marketingové firmy
- **4 týden v červenci**
 - podpis smlouvy o pronájmu
 - zajištění malíře
- **1. týden v srpnu**
 - malování prostor
 - zadání požadavku marketingové firmě
 - objednání elektroniky a strojů
 - výběr inventáře
- **2. týden v srpnu**
 - nákup inventáře
 - vyřízení živnostenského oprávnění
 - pohovory s lidmi, kteří odpověděli na inzerát
- **3. týden v srpnu**
 - generální úklid kavárny
 - instalace elektroniky a strojů
 - nákup hraček a koberce do dětského koutku
- **4. týden v srpnu**
 - podpis pracovní smlouvy se zaměstnanci
 - zaškolení zaměstnanců

- distribuce letáků
- zadání inzerátu do prostějovského večerníku
- **1. týden v září**
 - slavnostní otevření kavárny dne 1. 9. 2011
 - spuštění webových stránek
 - distribuce letáků – II. fáze

5.7 Předpokládaný budoucí rozvoj kavárny

Pokud se kavárně bude v budoucnu dařit, ráda bych zaměstnávala více lidí. Mohli bychom začít vyrábět vlastní cukrářské výrobky a rozšířit výrobky studené kuchyně. Změnili bychom otvírací dobu kavárny tak, abychom mohli poskytovat snídaňové služby. Rozšířil by se tak jídelní a nápojový lístek a přibylo by snídaňové menu.

Kdyby se podniku dařilo podle mého plánu, v letních měsících bych chtěla vybudovat letní zahrádku v areálu sportovního zařízení. Jednalo by se o venkovní nábytek se slunečníky. Na venkovní obsluhu bych najala dalšího brigádníka. Jednalo by se pouze o letní měsíce. Realnost tohoto plánu musím prokonzultovat s majiteli nemovitosti.

Dalším mým plánem do budoucna je vybudování grilu na letní zahrádce. Na grilu by pracoval opět další brigádník.

Jelikož se kavárna nachází v areálu sportovního zařízení, které navštěvuje nemalé množství lidí, chtěla bych v budoucnu s tímto zařízením také spolupracovat. Třeba formou vyměňování kontaktů nebo slevových poukázek. Ze začátku by stačil přímý kontakt na naše provozovny na vzájemných účtenkách, které dostane každý zákazník.

Zaujal mě kurz malování čokoládou na pěnu cappuccina, a proto bych ho chtěla absolvovat a v naší kavárně cappuccina takto zdobit.

Posledním návrhem na zlepšení, které provedu v následujících letech, je modernizace kavárenského nábytku. Nyní má pouze židle a stoly. Modernizace by proběhla po 7

roku otevření kavárny a chtěla bych ji zařídit v moderním stylu. Pohodlné sedačky a moderní styl pro dokonalý relax.

ZÁVĚR

Hlavním cílem mé diplomové práce bylo vypracovat ucelený podnikatelský záměr na založení kavárny. Každý podnik má různě definované cíle. Jedná se zejména o maximální dosahování zisku, získání co nejvíce zákazníků a konkurenčních výhod. Vše je spjato s otázkou, jak toho dosáhnout. V dnešní, moderní době je důležité mít skvělý nápad, nezapomenutelnou nabídku, příjemný a zkušený personál, finanční jistotu, odvahu, dostatečnou trpělivost a pečlivost.

Diplomová práce se dělí na několik částí. V první jsem se snažila teoreticky nastínit, jak by měl podnikatelský záměr vypadat a jakou právní formu podnikání by si měl zvolit. Mimo jiné jsem zde zmínila co je to SWOT analýza, kterou v práci používám jako nástroj pro poukázání na pozitiva a negativa pro založení kavárny. Nesmím zapomenout na SLEPT analýzu, která zkoumá externí okolí podniku.

V druhé části jsem se zaměřila na obecné a oborové prostředí, ve kterém se kavárna bude nacházet. Zde jsem prakticky využila SLEPT analýzu, z níž plyne, že v Prostějově žije převážná většina ekonomicky aktivních obyvatel. V Olomouckém kraji, kde se město nachází, je poměrně vysoká nezaměstnanost, což ovlivňuje kupní sílu obyvatelstva. Co dále může ohrozit chod podniku, je návrh na zvýšenou daň z přidané hodnoty od ledna 2013. Také jsem se snažila vyobrazit sektor potencionálních zákazníků, jimiž by měli být převážně návštěvníci sportovního klubu Jitřenka. Mezi hlavní konkurenty, kteří by nás mohli ohrozit, bych zařadila kavárnu Národního domu a Kavárnu u Kocourka. V této kapitole jsem také neopomněla vybrat nejlepší dodavatele, jak z nápojového, tak potravinového sektoru.

Součástí čtvrté kapitoly je návrh podnikatelského záměru, kde nejprve popisují volbu právní formy podnikání. Jelikož chci začít podnikat v nejbližší době, zvolila jsem nejrychlejší formu založení podniku a tou je provozování kavárny jako osoba samostatně výdělečně činná na základě živnostenského oprávnění.

Na základě získaných informací z analýzy prostředí neboli SLEPT analýzy, jsem vybrala vhodné prostory, kde se kavárna bude nacházet. Za nejlépe situovaný podnik jsem vybrala místo blízko fit klubu Jitřenka. Učinila jsem tak především z důvodu časté

návštěvnosti tohoto zařízení nejen sportovci, ale také maminkami s dětmi, či prostými kolemjdoucími.

V organizačním plánu jsem se věnovala správnému výběru zaměstnanců, tvorbě otevírací doby a plánu směn jednotlivých pracovníků.

Nezbytnou součástí čtvrté kapitoly tvoří marketingový plán, kde popisují cenu, produkt, místo a propagaci.

Další částí této kapitoly, je finanční plán, který hraje v diplomové práci velmi důležitou roli. Nejprve jsem sestavila zakladatelský rozpočet, který mi napověděl, že záměr je realizovatelný. K tomuto závěru jsem došla z toho důvodu, jelikož disponuji dostatečným počátečním kapitálem. Hlavním úkolem finančního plánu bylo zjistit, jak se bude kavárně dařit v následujících 5 letech.

Další krok vedl k sestavení SWOT analýzy podnikatelského záměru a zjištění silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení. Mezi nejsilnější stránky řadím především umístění podniku a odborné znalosti obsluhujícího personálu. Nejslabší stránkou je nedostatečná informovanost okolí a s tím spojené vyšší náklady na propagaci. Nejvýznamnějšími příležitostmi může být nekuřácké prostředí. Zaměřím-li se na hrozby, tou největší je v současné době vysoká potencionální konkurence.

V poslední návrhové části se zaměřuji na časový harmonogram a možnost budoucího rozvoje.

Závěrem bych ráda zdůraznila, že dobře propracovaný podnikatelský záměr není zárukou úspěchu. Důležitá je pilnost, vytrvalost, zkušenost a bojovnost o dosažení nenaplněných cílů. Doufám, že tato diplomová práce by mohla přinést novou gastronomickou příležitost do města Prostějov.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knižní publikace

1. BEDNÁŘOVÁ, Dagmar. ŠKODOVÁ PARMOVÁ, Dagmar. *Malé a střední podnikání*. 2. vyd. České Budějovice : Jihočeská univerzita, Ekonomická fakulta, 2010. 146 s. ISBN 978-80-7394-229-8.
2. BERÁNEK, Jaromír. *Provozujeme pohostinství a ubytování*. 1.vyd. Praha: MAG Consulting s.r.o., 2004. 180 s. ISBN 80-86724-02-6.
3. FOTR, J., SOUČEK I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN: 80-247-0939-2.
4. HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Marketing tourism, hospitality and leisure in Europe*. 1st ed. London: International Thomas Business Press, 1996, 702 p. ISBN 1-86152-303-3.
5. KIRÁLOVÁ, Alžběta. *Marketing hotelových služeb*. 2.vyd. Praha: Ekopress, 2006. 158 s. ISBN 80-86929-05-1.
6. KORÁB, Vojtěch; DOLEŽALOVÁ, Eva. *Drobné podnikání: studijní text pro kombinovanou formu studia*. 3. vyd. Brno : Akademické nakladatelství CERM, 2006. 82 s. ISBN 80-214-3274-8(brož.).
7. KORÁB, Vojtěch; MIHALSKO, Marek; VAŠKOVIČOVÁ, Jana. *Založení a řízení podniků*. 2. vyd. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2008. 128 s. ISBN 978-80-214-3792-0.
8. KORÁB, V., REŽŇÁKOVÁ M., PETERKA J., *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007, 216 s. ISBN: 978-80-251-1605.
9. KRÁL B., a kol. *Manažerské účetnictví*. 2. vyd. Praha: Management Press, 2008, 622 s. ISBN: 978-80-7261-141-6.
10. SALAČ, Gustav. *Stolničení*. 1.vyd. Praha: Fortuna, 1996. 224 s. ISBN 80-7168-333-7.
11. SEDLÁČKOVÁ, Helena; BUCHTA, Karel. *Strategická analýza*. 2. Vyd.vPraha: C.H. Beck, 2006. 121 s. ISBN 80-7179-367-1.
12. STELMACH, Karel. *Od podnikatelského záměru k podnikání*. 1.vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2008. 46 s. ISBN 978-80-7248-457-7.

13. SUCHÁ, Jana, Suchá. *Podnikatelský záměr - ekonomika a finance*. 1. vyd. Praha: Pragoeduca, 1994. 54 s. ISBN 80-85856-11-5.
14. SYNEK, M. a kol. *Manažerská ekonomika*. 2.vyd.Praha: Grada Publishing, 2000. 456 s. ISBN 80-247-9069-6.
15. VOLDŘICH, Michal; JECHOVÁ, Marie; kol. autorů. *Bezpečnost pokrmů v gastronomii - malé a střední provozovny*. 1.vyd. Praha: České a slovenské nakladatelství, 2006. 101 s. ISBN 80-903401-7.

Internetové zdroje

16. *Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník – část první*, [online]. 2011. [10. 1. 2011]. Dostupné z: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast1.aspx>>.
17. *Zákon č.455/1991 Sb., o živnostenském podnikání – část první (§ 2)*. [online]. 2011. [10. 1. 2011]. Dostupné z: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/cast1.aspx>>
18. *Zákon č.455/1991 Sb., o živnostenském podnikání – část první (§ 6)*. [online]. 2011. [10. 1. 2011]. Dostupné z: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/cast1.aspx>>
19. *Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník – část druhá (§76-92e)*. [online]. 2011. [12. 1. 2011]. Dostupné z: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/>>
20. *Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník – část druhá (§93-104e)*. [online]. 2011. [12. 1. 2011]. Dostupné z <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast2h1d3.aspx>>
21. *Zákon č.199513/1 Sb., obchodní zákoník – část druhá (§105-153e)*. [online]. 2011. [12. 1. 2011]. Dostupné z: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/>>
22. *Zákon č.199513/1 Sb., obchodní zákoník – část druhá (§152-220zb)*. [online]. 2011. [12. 1. 2011]. Dostupné z: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast2h1d5.aspx>>
23. *Svět kávy*. [online]. 2011. [29. 3. 2011]. Dostupné z: <http://www.svetkavy.cz/info_historie.php>

24. *Město Prostějov*. [online]. 2011. [24. 4. 2011]. Dostupné z:
<<http://www.mestov.cz/cz/turista/>>
25. *Jak podnikat*, [online]. 2011. [25. 4. 2011]. Dostupné z:
<<http://www.jakpodnikat.cz/zdravotni-pojisteni.php>>
26. *Český statistický úřad – olomoucký kraj*, [online]. 2011. [15. 1. 2011]. Dostupné z
<http://www.czso.cz/xm/redakce.nsf/i/nezamestnanost_v_olomouckem_kraji_k_31_1_2010>
27. *Český statistický úřad – Obyvatelstvo podle ekonomické aktivity, věkových skupin a pohlaví – okres Prostějov*, [online]. 2011. [15. 1. 2011]. Dostupné z:
<https://www.czso.cz/xm/redakce.nsf/i/obyvatelstvo_podle_ekonomicke_aktivity_v_ekovych_skupin_a_pohlavi_okres_prostejov>
28. *Průměrná mzda 2010*, [online]. 2011. [28. 1. 2011]. Dostupné z:<
<http://algin.cz/2010/09/prumerna-mzda-2010-aneb-mytus-o-blahobytu/>>
29. *Mapy*, [online]. 2011. [25. 1. 2011]. Dostupné z:
<<http://www.mapy.cz/#q=prost%C4%9Bjov&t=s&x=17.866069&y=49.429926&z=8>>
30. *Reality-eurobydlení*, [online]. 2011. [25. 3. 2011]. Dostupné z:
<<http://reality.eurobydleni.cz/cz/pronajem-vinarny-prostejov-ul-safarikova/reality-detail/3083846>>

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná
ČR	Česká republika
SOU	střední odborné učiliště
FO	fyzická osoba
PO	právnícká osoba
HPP	hlavní pracovní poměr
v. o. s.	veřejná obchodní společnost
k. s	komanditní společnost
s. r. o	společnost s ručením omezeným
a. s.	akciová společnost
HACCP	Hazard Analysis Critical Control Points
EU	Evropská Unie
VZAZ	výkaz zisků a ztrát

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: SWOT analýza	- 27 -
Tabulka 2: Rozdělení obyvatelstva podle věkových skupin.....	- 32 -
Tabulka 3: Množství kofeinu v jednotlivých nápojích	- 38 -
Tabulka 4: Srovnání cen konkurence	- 41 -
Tabulka 5: Základní informace o kavárně	- 44 -
Tabulka 6: Potřebný inventář.....	- 53 -
Tabulka 7: Zakladatelský rozpočet	- 55 -
Tabulka 8: Otevírací doba kavárny.....	- 56 -
Tabulka 9: Plánované směny zaměstnanců	- 58 -
Tabulka 10: Zahajovací rozvaha.....	- 59 -
Tabulka 11: Měsíční mzdové náklady	- 60 -
Tabulka 12: Měsíční výdaje na pronájmy, energii a čisticí prostředky	- 61 -
Tabulka 13: Plán propagace.....	- 62 -
Tabulka 14: Kapacita kavárny	- 63 -
Tabulka 15: Průměrný počet hostů za den.....	- 63 -
Tabulka 16: Měsíční tržby kavárny	- 64 -
Tabulka 17: AKTIVA podniku ve 3 variantách	- 64 -
Tabulka 18: PASIVA podniku ve 3 variantách	- 65 -
Tabulka 19: VZaZ – první rok podnikání.....	- 65 -
Tabulka 20: Cash-flow ve třech variantách na první rok podnikání.....	- 67 -
Tabulka 21: Celkové Cash-flow za rok 2011 všech 3 variant	- 68 -
Tabulka 22: AKTIVA – následujících 5ti let.....	- 68 -
Tabulka 23: PASIVA – následujících 5ti let	- 69 -
Tabulka 24: Výkaz zisku a ztrát v následujících 5 letech.....	- 69 -
Tabulka 25: Cash-flow v následujících 5ti letech.....	- 70 -
Tabulka 26: SWOT analýza podnikatelského záměr.....	- 71 -

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Možnosti začátku podnikání	- 15 -
Obrázek 2: Druhy živnosti	- 19 -
Obrázek 3: Rozdělení MSP.....	- 25 -
Obrázek 4: Nezaměstnanost v Olomouckém kraji	- 33 -
Obrázek 5: Rozdělení daní.....	- 34 -
Obrázek 6: Průměrná hrubá mzda v ČR	- 36 -
Obrázek 7: Sídlo podniku	- 45 -
Obrázek 8: Prostory kavárny	- 50 -
Obrázek 10: Organizační struktura kavárny	- 58 -

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 Fotografie a mapa umístění podnik.....	- 84 -
Příloha č. 2 Fotografie podniku.....	- 85 -
Příloha č. 3 Denní MENU.....	- 86 -
Příloha č. 4 Jídelní lístek – stálý.....	- 87 -
Příloha č. 5 Nápojový lístek.....	- 89 -

Příloha č. 1 Fotografie a mapa umístění podniku



Příloha č. 2 Fotografie podniku



DENNÍ MENU

POLEDNÍ MENU 5.9.2011 – 9.9.2011 (11.00 – 14.00)

Pondělí

250g – BANKETNÍ SALÁT (uzený losos, žampiony, chřest, brokolice, zakysaná smetana, kopr, sůl, pepř, cukr, ocet, oliv.olej) + pečivo

.....75 Kč

Úterý

250g – TUŇÁKOVÝ SALÁT (tuňák, led.salát, cibule, olivy, vejce, paprika, okurek, sůl, pepř,oliv.olej) + pečivo

.....75 Kč

Středa

250g – ITALSKÝ SALÁT (kuř.maso, led.salát, paprika, okurek, cherry rajčátka, parmazán, šunka, ocet,sůl,pepř, oliv.olej) + pečivo

.....75 Kč

Čtvrtek

250g – ZAHRADNICKÝ MLS (sýr cihla, šunka, led.salát, ředkvičky, rajčata, paprika, okurek, ocet, oliv.olej, česnek, sůl, pepř) + pečivo

.....75 Kč

Pátek

250g – CAPRESE (mozzarella, rajčata, oliv.olej, sůl, bazalka) + pečivo

.....75 Kč

- Součástí MENU je zdarma 2dcl neperlivé vody a francouzská palačinka s karamellem.

- Menu lze rezervovat a objednat předem a vzít sebou na tel.č. 775 946944 nebo na emailové

adrese cafe@tronto.cz

Příloha č. 4 Jídelní lístek - stálý

Caffé del Tronto

JÍDELNÍ LÍSTEK - STÁLÝ

SALÁTY

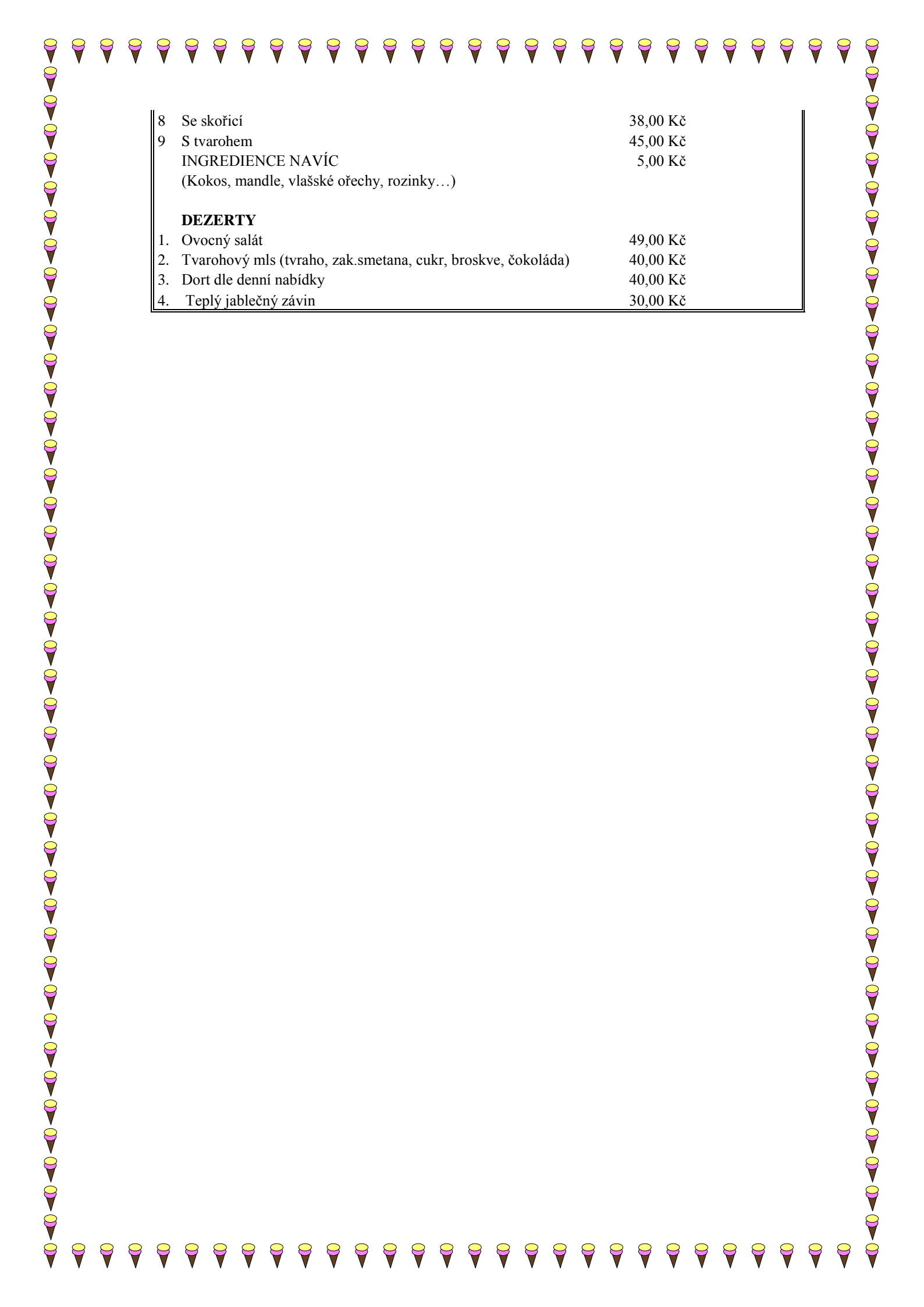
1. Ledový salát, sušená rajčata, vlašské ořechy, cherry rajčata, rukola, černé olivy, sušené švestky, pepř, sůl, balsamico.	200g 80,00 Kč	300g 100,00 Kč
2. Ledový salát, rukola, kuřecí steak, kukuřice, rajčata, olivy, pepř, sůl, olivový olej, balsamico.	200g 100,00 Kč	300g 120,00 Kč
3. Ledový salát, hruška, hroznové víno, vlašské ořechy, smetanový sýr, smetana, olivový olej, sůl, pepř.	200g 80,00 Kč	300g 100,00 Kč
4. Ledový salát, rukola, červená paprika, kozí sýr, cibule, rajčátka, capari, sůl, pepř, balsamico.	200g 80,00 Kč	300g 100,00 Kč
5. Tuňák, ledový salát, rajčátka, černé olivy, vejce, okurek, paprika, sůl, pepř, vinný ocet.	200g 100,00 Kč	300g 120,00 Kč
6. Mozzarella, rajčata, bazalka, sůl, olivový olej.	200g 75,00 Kč	300g 95,00 Kč
7. Kuřecí maso, ledový salát, rajčata, okurek, krutony, sůl, pepř, olivový olej.	200g 100,00 Kč	300g 120,00 Kč
8. Uzený losos, žampiony, chřest, brokolice, zakysaná smetana, kopr, sůl, pepř, cukr, ocet, oliv.olej	200g 100,00 Kč	300g 120,00 Kč

SENDVIČE

1. Šunka, sýr, ledový salát, rajčata,dressing.	40,00 Kč
2. Šunka, sýr, žampiony, ledový salát, rajčata,dressing.	40,00 Kč
3. Sýr, ananas, mletá paprika, máslo.	40,00 Kč
4. Tuňák, majonéza, salát, vejce, cibule.	50,00 Kč
5. Kuřecí maso, salát, rajče, parmazán, dressing.	50,00 Kč

PALAČINKY

1. S nutelou	38,00 Kč
2. S karamellem	38,00 Kč
3. S jahodovu marmeládou	38,00 Kč
4. S borůvkovou marmeládou	38,00 Kč
5. S meruňkovou marmeládou	38,00 Kč
6. S rybízovou marmeládou	38,00 Kč
7. S medem	38,00 Kč



8	Se skořicí	38,00 Kč
9	S tvarohem	45,00 Kč
	INGREDIENCE NAVÍC	5,00 Kč
	(Kokos, mandle, vlašské ořechy, rozinky...)	

DEZERTY

1.	Ovocný salát	49,00 Kč
2.	Tvarohový mls (tvraho, zak.smetana, cukr, broskve, čokoláda)	40,00 Kč
3.	Dort dle denní nabídky	40,00 Kč
4.	Teplý jablečný závin	30,00 Kč

Příloha č. 5 Nápojový lístek

Caffé del Tronto

NÁPOJOVÝ LÍSTEK

NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE

0,2 l	Coca Cola, Coca Cola Light	35,- Kč
0,2 l	Fanta	35,- Kč
0,2 l	Sprite	35,- Kč
0,25 l	Tonic	38,- Kč
0,25 l	Bitter Lemon	38,- Kč
0,33 l	Minerální voda Mattoni	32,- Kč
0,25 l	Red Bull	80,- Kč
0,2 l	Juice (Meruňkový, Hruškový, Jablečný, Pomerančový, Ananasový, Grepový, Tomatový, Maracuja)	35,- Kč

ČERSTVÉ OVOCNÉ ŠŤÁVY

0,3 l	Jablečná	40,- Kč
	Pomerančová	40,- Kč
	Ananasová	45,- Kč
	Grepová	45,- Kč
	Mix ovoce	45,- Kč

PIVO

0,3 l	Gambrinus 10°	32,- Kč
0,5 l	Gambrinus 10°	39,- Kč
0,5 l	Pilsner Urquell 12°(láhev)	45,- Kč
0,33 l	Radegast Birrel – Nealko (láhev)	47,- Kč

HORKÉ NÁPOJE:

7 gr.	Espresso ristretto (hustá, malinkatá - krátká káva, necelá 1/2 malého espresso šálku)	25,- Kč
7 gr.	Espresso (silně aromatická káva do malého espresso šálku)	25,- Kč
7 gr.	Espresso lungo -klasické a espresso v našich podmínkách (velká "prodloužená" káva do velkého šálku)	25,- Kč
7 gr.	Espresso macchiato (ristretto s malým množit. ml. pěny)	29,- Kč
14 gr.	Espresso doppio (velký šálek - dvojité espresso)	49,- Kč
7 gr.	Capuccino (jedná se o malou porci espressa do velkého šálku s bohatou mléčnou pěnou)	33,- Kč
7 gr.	Caffé latte (espresso s ohřátým mlékem a lehkou pěnou)	33,- Kč
7 gr.	Caffé latte macchiato (1/3 ohřátého mléka, 1/3 bohaté mléčné pěny, 1/3 malého espressa)	33,- Kč
7 gr.	Caffé con Panna (espresso se lžičkou chlazené smetany)	29,- Kč
7 gr.	Hennessy espresso (espresso + Hennessy V.S 1cl)	51,- Kč
7 gr.	Turecká káva	26,- Kč
7 gr.	Vídeňská káva (káva se šlehačkou)	36,- Kč

7 gr. <i>Alžírská káva (2cl vaječný likér)</i>	39,- Kč
7 gr. <i>Irská káva (espresso do velkého šálku + 2cl Tullamore)</i>	51,- Kč
1 ks Čaj - konvička	25,- Kč
0,2l Svařené víno bílé nebo červené	35,- Kč
0,2l Grog	35,- Kč
0,2l Punč	39,- Kč
0,2l Kakao	25,- Kč
0,2l Horká čokoláda	30,- Kč
1ks <i>Porce medu, citron, porce mléka, smetana, šlehačka</i>	5,- Kč

KOKTEJLY

0,30 l Mojito (Havana Club, limetkový sirup, limetka, máta, trtinový cukr, soda)	80,- Kč
0,30 l Pina Colada (Havana Club, kokosový sirup, ananasový džus, smetana)	80,- Kč
0,30 l Cuba libre (Havana Club, coca cola, limetka, trtinový cukr)	80,- Kč
0,10 l Cosmopolitan (Absolut Vodka, pom. likér, limetková šťáva, brus. sirup)	80,- Kč
0,15 l White Russian (Absolut Vodka, Kahlua, smetana)	80,- Kč
0,25 l High society (Beefeater, Campari, broskvový likér, grepový juice)	80,- Kč

MLÉČNÉ SHAKY

0,3 l Vanilkový shake	45,- Kč
0,3 l Čokoládový shake	45,- Kč
0,3 l Jahodový shake	45,- Kč
0,3 l Banánový shake	45,- Kč

VÍNA

Rozlévaná bílá vína

0,20 l Rulandské šedé	38,- Kč
0,20 l Ryzlink vlašský	38,- Kč

Rozlévaná červená vína

0,20 l Zweigeltrebe	38,- Kč
0,20 l Merlot	38,- Kč

LIHOVINY A DESTILÁTY

Tequila

0,04 l Olmeca Blanco	60,- Kč
0,04 l Olmeca Extra Aged	70,- Kč

Vodka

0,04 l Absolut	50,- Kč
0,04 l Smirnoff Black	60,- Kč
0,04 l Absolut Vanilia	60,- Kč

Gin

0,04 l Beefeater	58,- Kč
------------------	---------

Rum

0,04 l Havana Club Anejo Blanco	59,- Kč
0,04 l Bacardi Black	59,- Kč
0,04 l Malibu	59,- Kč

Likéry

0,04 l Amaretto Disaronno	65,- Kč
0,04 l Bailey's	65,- Kč
0,04 l Grand Marnier	75,- Kč
0,04 l Kahlúa	65,- Kč
0,04 l Sambuca Extra Molinari	65,- Kč

Whisky

0,04 l Jameson	73,- Kč
0,04 l Tullamore Dew	69,- Kč
0,04 l Johnnie Walker Red Label	68,- Kč