

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Študijní obor: Management hotelierstva a cestovního ruchu

Lenka MARTINKOVIČOVÁ

PODNIKATEL'SKÝ PLÁN CUKRÁRNE

Confectioner's business plan

BAKALÁRSKA PRÁCA

Vedúci bakalárskej práce: Ing. Bc. Eva Lukášková, Ph.D.

Brno, 2020

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Katedra gastronomie a hotelnictví

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení studenta: Lenka Martinkovičová

Osobní číslo: 14632544

Studijní program: Gastronomie, hotelnictví a turismus (B6503)

Studijní obor: Management hotelnictví a cestovního ruchu (6501R027)

TÉMA PRÁCE: PODNIKATELSKÝ PLÁN CUKRÁRNY

TÉMA PRÁCE V AJ: CONFECTIONER 'S BUSINESS PLAN

Cíl stanovený pro vypracování BP

1. Teoretická část BP: Vymezte problematiku podnikání v oblasti gastronomie. Charakterizujte jednotlivé náležitosti podnikatelského plánu.

2. Praktická část BP:

- Analytická část: Provedte analýzu možností založení cukrárny ve vybrané lokalitě.

- Návrhová část: Cílem práce je, na základě provedené analýzy, navrhnout reálný projekt založení cukrárny.

Při zpracování BP vycházejte z pomůcky vydané VŠOH Brno.

Rozsah bakalářské práce bez příloh: 2 AA

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná i elektronická

Seznam doporučené literatury:

[1] SAMUELSON, P. A., NORDHAUS, W. D.: *Ekonomie*. 19. vydání. Praha: Nakladatelství Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.

[2] WÖHE, G., KISLINGEROVÁ, E. *Úvod do podnikového hospodářství. 2. přepracované a doplněné vydání*. Praha: C. H. Beck, 2007, 928 s. ISBN 978-80-7179-897-2.

[3] SYNEK, M. a kol. *Podniková ekonomika*. 4. přepracované a doplněné vydání. Praha: C. H. Beck, 2006, 475 s. ISBN 80-7179-892-4.

Další literatura dle doporučení vedoucí bakalářské práce.



Vedoucí bakalářské práce: Ing. Eva Lukášková, Ph.D.
Katedra gastronomie a hotelnictví

Datum zadání bakalářské práce: 3. května 2019


Termín odevzdání bakalářské práce: 9. dubna 2020

V Brně dne: 3. května 2019

L. S.


Prof. Ing. Květoslava Šustová, Ph.D.
vedoucí katedry

VYSOKÁ ŠKOLA
OBCHODNÍ A HOTELOVÁ s.r.o.
Bosonožská 9, 625 00 Brno


Ing. Zdeněk Málek, Ph.D.
prorektor pro vzdělávací činnost

Meno a priezvisko autora: Lenka Martinkovičová

Názov bakalárskej práce: Podnikateľský plán cukrárne

Názov bakalárskej práce v AJ: Confectioner's business plan

Študijný odbor: Management hotelierstva a cestovného ruchu

Vedúci bakalárskej práce: Ing. Bc. Eva Lukášková, Ph.D.

Rok obhajoby: 2020

Anotácia: Bakalárska práca na tému Podnikateľský plán cukrárne je rozdelená na teoretickú a praktickú časť. Cieľmi teoretickej časti sú podľa zadania vymedziť problematiku podnikania v oblasti gastronómie a charakterizovať jednotlivé náležitosti podnikateľského plánu. Cieľmi praktickej časti sú podľa zadania spraviť analýzu možností založenia cukrárne vo vybranej oblasti a na základe vykonanej analýzy, navrhnúť reálny projekt založenia cukrárne. Cukráreň sa bude menovať Lenkine dobroty a bude situovaná v meste Hlohovec, ktorý leží na západnom Slovensku. Za primárny cieľ cukrárne sa bude považovať získanie zákazníkov. Sekundárnym cieľom bude dosiahnutie dostatočne vysokých tržieb, ktoré budú potrebné na vyplácanie miezd zamestnancov, splácanie úveru a tak ďalej.

Annotation: Bachelor thesis on the topic Confectioner's business plan is divided into theoretical and practical part. The objectives of the theoretical part are according to the assignment to define the issue of the business in the field of gastronomy and characterize the particulars of the business plan. The objectives of the practical part are according to the assignment to analyze the possibilities of confectionery establishment in the selected area and based on the analysis to propose a real project of confectionery establishment. Confectioner's will be called Lenkine dobroty and will be situated in the town Hlohovec, which is located in western Slovakia. As the primary goal of confectionery will be considered getting customers. The secondary goal will be to achieve sufficiently high sales that will be needed to pay employees' salaries, repaying the loan and so on.

Kľúčové slová: podnikateľský plán, podnik, firma, podnikateľ, cukráreň

Key words: business plan, business, firm, businessman, confectioner's

Prehlasujem, že som bakalársku prácu *Podnikateľský plán cukrárne* vypracovala samostatne pod vedením *Ing. Bc. Eva Lukášková, Ph.D.* a uviedla som v nej všetky použité literárne a iné odborné zdroje v súlade s aktuálne platnými právnymi predpismi a vnútornými predpismi Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brne dňa 9.4.2020

Podpis autora

Obsah

| | |
|---|----|
| ÚVOD..... | 8 |
| I. TEORETICKÁ ČASŤ..... | 9 |
| 1. ÚVOD DO CUKRÁRSTVA..... | 10 |
| 1.1 História cukrárstva..... | 10 |
| 1.2 Osobnosti cukrárskej výroby..... | 10 |
| 1.3 Moderné trendy v cukrárskej výrobe..... | 12 |
| 2. PODNIKATEĽSKÝ PLÁN A JEHO ŠTRUKTÚRA..... | 13 |
| 2.1 Podnikanie..... | 13 |
| 2.2 Podnikanie v oblasti gastronómie na Slovensku..... | 13 |
| 2.3 Podnik..... | 14 |
| 2.3 Účel podnikateľského plánu..... | 17 |
| 2.4 Zásady pre zostavenie podnikateľského plánu..... | 17 |
| 2.5 Titulná strana..... | 18 |
| 2.6 Obsah..... | 18 |
| 2.7 Zhrnutie..... | 18 |
| 2.8 Opis firmy..... | 18 |
| 2.9 Opis výrobku a služieb..... | 19 |
| 2.10 Manažment..... | 19 |
| 2.11 Systém HACCP..... | 20 |
| 2.12 Ľudské zdroje podniku..... | 21 |
| 2.13 Trh a konkurencia..... | 22 |
| 2.14 Marketing..... | 23 |
| 2.15 Finančný plán..... | 24 |
| 2.16 Záver a prílohy..... | 24 |
| II. PRAKTICKÁ ČASŤ..... | 26 |
| 3. CIEĽ A METÓDY SPRACOVANIA BAKALÁRSKEJ PRÁCE..... | 27 |
| 3.1 Cieľ spracovania..... | 27 |
| 3.2 Metódy spracovania..... | 27 |
| 4. ANALÝZA MOŽNOSTÍ NA ZALOŽENIE PODNIKU..... | 28 |
| 4.1 SWOT analýza..... | 28 |
| 4.2 Porterov model piatich síl..... | 31 |
| 5. NÁVRH PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU NA ZALOŽENIE CUKRÁRNE..... | 34 |
| 5.1 Založenie, forma a predmet podnikania..... | 34 |
| 5.2 Motto, vízia, poslanie a ciele podniku..... | 35 |
| 5.3 Titulná strana..... | 36 |

| | |
|--|----|
| 5.4 Zhrnutie | 37 |
| 5.5 Opis podniku Lenkine dobroty..... | 37 |
| 5.5.1 Charakteristika cukrárne | 37 |
| 5.5.2 Umiestnenie cukrárne | 39 |
| 5.5.3 Otváracia doba..... | 39 |
| 5.6 Charakteristika výrobkov a služieb | 40 |
| 5.6.1 Opis výrobkov | 40 |
| 5.6.2 Opis služieb | 41 |
| 5.7 Fungovanie manažmentu v cukrárni | 41 |
| 5.8 Systém HACCP | 42 |
| 5.9 Ľudské zdroje podniku a organizačná štruktúra..... | 42 |
| 5.10 Marketingové činnosti..... | 43 |
| 5.10.1 Marketing pred otvorením | 43 |
| 5.10.2 Marketing v deň otvorenia..... | 44 |
| 5.10.3 Marketing po otvorení | 45 |
| 5.11 Finančný plán cukrárne | 45 |
| 5.11.1 Náklady..... | 45 |
| 5.11.2 Očakávané výnosy..... | 48 |
| 5.11.3 Počiatočná rozvaha | 50 |
| 5.11.4 Výkaz ziskov a strát..... | 51 |
| ZÁVER | 52 |
| ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV | 54 |
| ZOZNAM OBRÁZKOV | 57 |
| ZOZNAM TABULIEK | 58 |
| PRÍLOHY | 59 |

ÚVOD

Primárnym dôvodom prečo si autorka bakalárskej práce vybrala tému Podnikateľský plán cukrárne je, že chce aby práca slúžila aj do budúca pri jeho realizovaní. Cukráreň má vzniknúť v meste Hlohovec, v ktorom žije takmer 21 500 obyvateľov. Mesto sa nachádza na západnom Slovensku. Hoci to nie je veľa stáleho obyvateľstva, ale i tak sa v okolí Hlohovca nachádza hneď niekoľko dedín a miest, z ktorých obyvatelia prichádzajú každodenne do mesta za prácou, nákupom alebo odvieť svoje ratolesti do základných, stredných alebo do materských škôl.

Cieľmi teoretickej časti budú: vymedzenie problematiky podnikania v gastronómii a charakterizovanie jednotlivých častí podnikateľského plánu. Vymedzenie problematiky podnikania v oblasti gastronómie bude prínosom pre ľudí, ktorí by chceli začať s podnikaním v blízkej budúcnosti. Podkapitoly budú obsahovať rozdelenie právnych foriem podnikania s ich príslušnými výhodami a nevýhodami, ale aj detailnejší popis všetkých potrebných inštrukcií pre založenie cukrárne. Druhý cieľ, ktorým je charakterizovanie jednotlivých častí podnikateľského plánu bude slúžiť ako predloha pre návrhovú časť, ktorá bude súčasťou praktickej časti.

Praktická časť bude rozdelená na analytickú a návrhovú časť. Cieľom analytickej časti bude spraviť analýzy možností založenia cukrárne vo vybranej lokalite, ktorou bude mesto Hlohovec. Za vhodné analýzy sa považujú: SWOT analýza a Porterov model piatich síl. SWOT analýza sa využíva na definovanie silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb podniku podľa ich naliehavosti. Využíva sa pre jeden konkrétny podnik alebo odvetvie. Porterov model piatich síl patrí k základným a zároveň najvýznamnejším nástrojom pre analýzu konkurenčného prostredia firmy a jej strategického riadenia. Hlavnou úlohou Porterovho modelu je nájsť pozíciu pre spoločnosť, v ktorej sa môže najlepšie brániť proti konkurenčným silám.

Návrhová časť bude obsahovať všetky potrebné náležitosti podnikateľského plánu. Bude sa v nej nachádzať niekoľko obrázkov, ktoré majú dopomôcť k lepšej vizuálnej predstave o fungovaní a vzhľade budúcej cukrárne. Obzvlášť veľkým prínosom návrhovej časti bude podkapitola Finančný plán, v ktorej sa čitateľ dozvie aké budú odhadované náklady a výnosy podniku v prvom roku podnikania. Ale najdôležitejšou tabuľkou bude Výkaz ziskov a strát, ktorý ukáže či bude založenie cukrárne so zámerom dosiahnuť tržbu uskutočniteľné.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1. ÚVOD DO CUKRÁRSTVA

Témou bakalárskej práce je podnikateľský plán cukrárne, a teda je nevyhnutné na úvod spomenúť krátku históriu cukrárskej výroby, najslávnejšie osobnosti, ktoré sa v obore pohybovali a samozrejme aj súčasné trendy, pretože cukrárska výroba sa neustále mení.

1.1 História cukrárstva

Prvé zmienky o cukrárskej výrobe pochádzajú zo starého Egyptu z roku okolo 3400 pred našim letopočtom. Zmienku potvrdzuje Carterov nález v Tutanchamónovej hrobke. Ozajstný prelom, ale nastal až niekedy na začiatku nášho letopočtu. Je zaznamenané, že práve v Indii sa začala prvá výroba kryštalického cukru z cukrovej trstiny. Neskôr sa začal vyvážať aj do Persie a Arábie. Orient je dodnes považovaný za pravlasť cukrovínok. Po čase sa z orientu dostali znalosti o cukrovinkách aj k nám do Európy pomocou križiackych vojen. [1]

Za veľký prevrat vo výrobe cukrovínok sa považuje objavenie Ameriky a s tým aj objavenie nového druhu suroviny - kaka. Kakaové bôby sa dostali do Európy spolu so španielskym dobyvateľom Hermánom Cortésom. [1]

Kryštalový cukor bol výrazne dostupnejší oproti trstinovému cukru, ktorý bol veľmi drahý. Trstinový cukor bol vtedy veľmi vzácny, a teda pochopiteľne aj drahý. S cukrom a s cukrovinkami ako takými sa najprv zaoberali lekárnici, pretože ho pridávali do sladkých sirupov, ktoré zmiešali s výtťažkami liečivých rastlín. Neskôr sa začalo viac venovať tejto problematike a snažilo sa prísť na to ako vyrobiť náhradu trstinového cukru. Táto myšlienka odštartovala výrobu cukru z cukrovej repy. [1]

1.2 Osobnosti cukrárskej výroby

Príbehov o vzniku svetoznámej Sacherovej torty existuje hneď niekoľko. Ten najznámejší popisuje ako v roku 1832 prikázal rakúsky knieža Metternich svojmu šéfkuchárovi aby nachystal zákusok pre šľachtickú návštevu. Ten bol bohužiaľ v tom čase chorý a musel svoju prácu previesť na svojho šestnásťročného žiaka **Franza Sachera**. Mladý žiak sa pustil do

prípravy čokoládovej torty, ktorá u šľachtickej návštevy mala úspech. Až po šesnástich rokoch sa Franz Sacher rozhodol pre otvorenie vlastného podniku. Do cukrárskeho remesla zasvätil aj svojho syna Eduarda Sachera. Až pod jeho rukami vznikla pravá Sacherová torta, na ktorej si ľudia pochutnávajú dodnes. [2]

Neodlúčiteľnou súčasťou tejto kapitoly musí byť aj **József Dobos**, ktorý sa prvotne priučil remeslu cukrárstva u svojho otca a neskôr u rodiny Andrassy. Svoju prvú predajňu sa mu podarilo otvoriť v Budapešti. O šesť rokov na to prišiel s receptom na slávnu Dobošovu tortu. Hoci málokto vie ako naozaj prišiel na daný recept. Povráva sa, že všetko začal jeho učeň, ktorý sa jedného dňa pomýlil a do slaného krému pridal cukor namiesto soli. Dobosovi sa ten omyl pozdával a rozhodol sa ho ešte vylepšiť tým, že do krému pridá kakao. Nikto s určitosťou nevie či je tento príbeh pravdivý, ale každopádne úspech a sláva pripadla práve Józsefovi Dobosovi. [3]

Celosvetovo známy referenčný cukrár, ktorý pôsobí v niekoľkých kontinentoch sa volá **Pierre Hermé**. Pierre Hermé je charakteristický tým, že sa nikdy neunaví v tvorbe nových zákuskov. Patrí k najviac vyhľadávaním cukrárom ako aj jeho podniky vo Francúzsku, Anglicku, Spojených arabských emirátoch a v Hongkongu. Dalo by sa povedať, že jeho kamenné predajne sú tak úspešné ako jeho online obchody. [4]

Je jedným z obrovských majstrov svetových zákuskov za posledné tri desaťročia, a tak isto je vysoko uznávaným profesionálom, prezývaným ako otec moderných zákuskov. Obľúbenú inšpiráciu pri tvorbe zákuskov nachádza v prírode pričom jeho motto je: „*viď, pozoruj a premýšľaj.*“ [4] A preto jeho štýl a spôsob tvorby má veľký vplyv na mladú generáciu cukrárskej tvorby, ale aj na profesionálov iných vekových skupín. [4]

Hideki Kawamura sa rozhodol po ukončení svojho štúdia zostať v cukrárni kde bol vtedy zamestnaný. Potom sa v jeho živote udiali dve dôležité udalosti. V roku 2014 sa podarilo prerobiť vtedajšie priestory pomocou významného architektonického štúdia pričom sa to odrazilo aj na jeho práci. Estetickej časti svojho pečiva venuje profesionálnu pozornosť. V roku 2015 sa mu podarilo dostať do Relais Desserts. Jeho primárnym cieľom je venovať svoju pozornosť na zvýšenie chuti, ale zároveň myslieť na množstvo cukru. Takto sa z neho stal profesionál v pečení francúzskeho pečiva v Japonsku s jeho vlastnou osobnosťou. [5]

Pascal de Deyne mal vzťah k zákuskom už od malička. Je veľmi pravdepodobné, že ho k tomu priviedlo jeho detstvo, ktoré strávil životom na farme. Každý deň prichádzal do

kontaktu s mliekom, pšennicou alebo repou. Po odbornej príprave odcestoval do známych dielni vo Francúzsku a v Bruseli kde zdokonaľoval svoje cukrárske zručnosti. [6]

Dnes pracuje v cukrárni spolu s jeho majiteľom Hermanom Van Denderom, ktorý mu dáva tzv. „voľnú ruku“ v jeho tvorbe vždy keď sa menia ročné obdobia. Jeho hlavnou motiváciou je príroda. [6]

Saray Ruiz pred piatimi rokmi spromovala na barcelonskej cukrárskej škole a od toho momentu sa stala učiteľkou na tejto škole. Jej výraznými vlastnosťami sú zvedavosť a perfekcionizmus, ktoré z nej robia najzaujímavejšiu profesionálku v tvorbe španielskych zákuskov. Jej slová znejú: *„Na pekárstve sa mi páči to, že nám umožňuje byť samými sebou a ukázať to svetu. Páčia sa mi jednoduché veci, ktoré nie sú jasné s opatrnou estetickou.“* [7]

1.3 Moderné trendy v cukrárskej výrobe

Za posledné štyri roky sa tradičné cukrárstvo zmenilo na nepoznanie. Totižto dnešné cukrárske výrobky ako sú napríklad torty, sa skôr podobajú na umelecké diela než niečo čo by sme chceli zjesť. Za veľký hit roku 2018 sa bezpochybné považuje zdobenie tort pomocou tzv. zrkadlovej polevy. Ako už samotný názov napovedá, úmysel tejto techniky spočíva v tom, že po naliatí polevy na tortu môžeme spozorovať ako sa následne od polevy odráža svetlo a leskne sa. Výsledok pôsobí vznešene. U tejto techniky sa cukrár nemusí báť pohrať sa s farbami. Farby sa krásne vzájomne rozpisujú a vytvoria tzv. mramorový efekt.

Ďalším veľkým trendom je zmenšovanie a miniaturizovanie dezertov. Takéto typy dezertov sa väčšinou využívajú na oslavách, svadbách alebo na konferenciách. Ich výhodou je, že hosť môže hneď naraz ochutnať z niekoľkých druhov a vôbec sa nebude cítiť taký zasýtený ako keby zjedol klasické dve či tri porcie dezertu. Pre cukrárov je to tiež výhodné, pretože z jedného cesta môžu spraviť niekoľko desiatok rozdielnych dezertov, ktoré stále budú pôsobiť pôvabne.

Po napísaní predošlého trendu sa nesmie zabudnúť na novinku známu ako Cake Pops. Toto slovné spojenie sa do slovenčiny prekladá ako pečené lízanky. Vyrobiť sa dajú dvomi spôsobmi, a to pomocou špeciálnej silikónovej formy, v ktorej sa pečú alebo ich tvarovaním z už upečeného piškótového cesta. Po vytvarovaní a naplnení sa lízanka ponorí do čokolády alebo do polevy a napichne sa na špajdlu. To má vytvoriť dojem tzv. pečenej lízanky.

2. PODNIKATEĽSKÝ PLÁN A JEHO ŠTRUKTÚRA

V kapitole sa popisuje čo je to podnikateľský plán a podrobne sa definuje každá jedna časť, ktorú má obsahovať jeho štruktúra.

2.1 Podnikanie

Podnikanie sa charakterizuje ako „proces vytvárania čohosi iného, čomu náleží hodnota prostredníctvom vynaloženia potrebného času a úsilia, preberania sprievodných finančných, psychologických a spoločenských rizík a získavanie výslednej odmeny v podobe peňažného a osobného uspokojenia.“ [8]

Laicky sa dá povedať, že je to činnosť, ktorá je obojstranne výhodná ako pre podnikateľa tak aj pre zákazníka. Zákazník dostane výrobok či službu, po ktorej túži a podnikateľ dosiahne vysnený zisk.

Podnikanie sa dá chápať v troch rovinách:

- „podnikanie ako proces, v ktorom je vytváraná nová alebo pridaná hodnota,
- podnikanie ako metóda, ktorá je hybnou silou ekonomického a sociálneho rozvoja,
- podnikanie ako hodnotová orientácia či invencia podnikových osôb, ktorá má jak individuálny, tak aj spoločenský rozmer.“ [9]

V dnešnej dobe začať podnikat' nie je vôbec také jednoduché ako sa môže zdať. Človek, ktorý sa chce stať podnikateľom a chce viesť dobrý prosperujúci podnik potrebuje mať toho viac ako sú len peniaze. Podnikateľ by mal mať schopnosti ako sú vytrvalosť, iniciatívnosť, sebadôvera, odbornosť v danom odvetví, presvedčovací schopnosť, vedenie ľudí a tak ďalej.

2.2 Podnikanie v oblasti gastronómie na Slovensku

Prevádzkovať cukráreň sa dá iba za pomoci právnej formy podnikania. Medzi najčastejšie využívané patria živnosť a spoločnosť s ručením obmedzeným. Prevádzkovanie tejto činnosti

sa radí medzi remeselné živnosti. Ak chce človek prevádzkovať remeselnú živnosť tak musí získať osvedčenie o živnostenskom oprávnení, a tak isto musí preukázať, že má odbornú spôsobilosť, ktorá sa najčastejšie dokladá výučným listom v obore pekáč, cukráč. Preukaz o odbornej spôsobilosti sa dá nahradiť napríklad výučným listom v príbuznom odbore, vysvedčením o maturitnej skúške na strednej škole v rovnakom odbore a tak ďalej. Pre získanie živnostenského oprávnenia sa musia splniť všeobecné a osobitné predpoklady. Do všeobecných predpokladov patrí: dosiahnutie dospelosti čiže vek 18 rokov, spôsobilosť na právne úkony a bezúhonnosť. Osobitné predpoklady zahŕňajú už spomínanú odbornú spôsobilosť.

Pred samotným otvorením cukrárne je nevyhnutné mať povolenie od regionálneho úradu verejného zdravotníctva. Okrem toho musí mať majiteľ alebo aspoň prevádzkar podniku osvedčenie o odbornej spôsobilosti, ktoré je nevyhnutné pre vykonávanie epidemiologicky závažnej činnosti pri výrobe, manipulácii a uvádzania do obehu potravín a pokrmov.[10]

Ak sa podnikateľ rozhodne predávať v cukrárni aj alkohol, musí navštíviť colný úrad kde podá žiadosť o povolenie predávať spotrebiteľské balenie liehu vo svojom podniku. A následne bude podnikateľ nútený viesť si evidenciu. [10]

Podnikateľ má povinnosť si na prevádzkovanie svojej činnosti zakúpiť registračnú pokladňu, ale okrem toho musí viesť knihu elektronickej registračnej pokladnice a denne tlačiť uzávierky. [10]

Ak sa podnikateľ rozhodne zamestnávať pracovníkov, musí sa zaregistrovať ako zamestnávateľ v sociálnej poisťovni.

2.3 Podnik

„Podnik je taká forma podnikateľskej činnosti, v rámci ktorej dochádza k cieľavedomému spájaniu hmotných, finančných a ľudských zdrojov v jednej podnikateľskej jednotke s uzatvoreným obratom hodnoty s cieľom produkovať úžitkové hodnoty pre potreby zákazníkov a pre vlastné uspokojenie potrieb.“ [11]

Zjednodušene povedané, podnikom sa rozumie organizácia, ktorá bola založená za účelom podnikat' a dosahovať zisk. Podniky delíme na základe kritérií.

Prvé delenie je založené na právnej forme podniku:

Podnik jednotlivca vlastní jedna osoba a je vhodný pre začínajúcich podnikateľov. Medzi jeho výhody patrí: čo najmenej právne-formálnych povinností, nie je potrebný počiatočný kapitál, ľahké prerušenie alebo ukončenie činnosti. [9]

Medzi nevýhody patrí: požiadavky na odborné a ekonomické znalosti, obmedzený prístup k úverom v bankách, pravdepodobne sa finančné problémy v podnikaní môžu prejavovať v rodine podnikateľa. [9]

Osobné spoločnosti sú založené a vlastnené dvomi a viacerými osobami, ktoré sa medzi sebou delia o zisk. Patria sem dva druhy, a to: Verejná obchodná spol. a Komanditná spoločnosť.

Verejná obchodná spoločnosť je tvorená minimálne dvomi osobami, ktoré podnikajú pod spoločným menom. Spoločníkom smie byť fyzická, ale aj právnická osoba. Zisk si spoločníci delia rovným dielom.

Výhody: nevyžaduje sa počiatočný kapitál, ľahší prístup k cudziemu kapitálu, vystúpenie spoločníka zo spoločnosti nebýva problém. [9]

Nevýhody: sú potrební minimálne dvaja spoločníci, platí pre nich zákaz konkurencie, vznikajú problémy pri zániku spoločníka. [9]

Komanditná spoločnosť nesie názov spoločnosť zmiešaného typu. V tomto type spoločnosti rozlišujeme dva typy spoločníkov. Prvým typom sú komanditisti, ktorí ručia za záväzky spoločnosti do výšky svojho nesplateného dlhu. Druhým typom sú tzv. komplementári, ktorí ručia celým svojím majetkom.

Výhody sú: komanditistov sa netýka zákaz konkurencie, zisk sa delí podľa podmienok napísaných v spoločenskej zmluve. [9]

Nevýhody sú: administratívne komplikovanejší vznik, neobmedzené ručenie komplementárov, možné nezhody medzi prioritami komplementárov a komanditistov. [9]

Kapitálové spoločnosti sú charakteristické kapitálovou účasťou spoločníkov. Radíme sem dva druhy spoločností, a to sú: Spoločnosť s ručením obmedzeným a Akciová spoločnosť.

Spoločnosť s ručením obmedzeným smie byť založená právnickou alebo fyzickou osobou. Jej najvyšším orgánom je valná hromada, štatutárnym orgánom je konateľ a pôsobí v nej aj dozorná rada.

Výhody: obmedzené ručenie spoločníkov, môže sa zostaviť kontrolný orgán - dozorná rada, do spoločnosti je možné vložiť aj nepenažný vklad. [9]

Nevýhody: je potrebný počiatočný kapitál, administratívne náročnejšie založenie spoločnosti, v očiach obchodných partnerov môže pôsobiť menej dôveryhodne. [9]

Akciová spoločnosť sa považuje za najstarší druh. Kvôli svojej administratívnej a kapitálovej obťažnosti ju skôr uvítajú veľké podniky.

Výhody sú: prístup ku kapitálu, veľmi dobre vnímaná v očiach obchodných partnerov, akcionári neručia za záväzky spoločnosti. [9]

Nevýhody sú: vysoký základný kapitál je hlavnou podmienkou, zákaz konkurencie platí pre všetkých členov predstavenstva. [9]

Družstvo je spoločenstvo osôb založené za účelom plniť potreby svojich členov a nie za účelom vytvárať zisk. Orgány, ktoré sa v ňom nachádzajú sú členská schôdza, predstavenstvo a kontrolná komisia.

Medzi výhody patrí: jej členovia neručia za záväzky, malý základný kapitál, rovnosť členov. [9]

Medzi nevýhody patrí: zákaz konkurencie platí pre členov predstavenstva a kontrolnej komisie, vytvára sa nedeliteľný fond, zisk družstva je následne zdanený daňou z príjmu právnických osôb. [9]

Druhé najznámejšie delenie je podľa veľkosti podniku. Poznáme malé podniky, ktoré majú od desať do štyridsaťdeväť zamestnancov; stredné podniky, ktoré majú od päťdesiat do dvestoštyridsaťdeväť zamestnancov a na záver sú to veľké podniky, ktoré majú nad dvestoštyridsaťdeväť zamestnancov.

2.3 Účel podnikateľského plánu

Pravdepodobnosť, že banka poskytne úver začínajúcemu podnikateľovi na rozbeh nového podniku nie je až tak vysoká. Každá banka si poctivo preveruje svojho klienta pred tým než sa rozhodne poskytnúť mu finančnú pôžičku - úver. Na to aby banka mohla zistiť čo najviac o úmysloch svojho klienta tak potrebuje mať k dispozícii podrobné informácie. Aké sú predstavy podnikateľa o založení, o fungovaní či financovaní jeho budúceho podniku. Primárnym spôsobom ako im predložiť tieto informácie je zostavenie podnikateľského plánu.

Prínosy podnikateľského plánu sú hlavne v tom, že jeho spracovanie podnikateľovi umožňuje:

- *„nadobudnutie užitočných poznatkov z analýz, ktoré by mali predchádzať príprave podnikateľského plánu,*
- *prehľadné demonštrovanie zámerov vo vývoji firmy, predpoklady, na ktorých sú tieto zábery postavené a možných rizík pri ich dosahovaní,*
- *predikciu vývoja finančných tokov, zistenia potreby a tvorby finančných prostriedkov z podnikateľskej činnosti,*
- *včasné odhalenie možných slabín či rizík vo zvolených zámeroch, či v cestách ich dosiahnutia,*
- *informovať zamestnancov o zámeroch firmy v budúcnosti, budovať podnikovú kultúru.“ [9]*

2.4 Zásady pre zostavenie podnikateľského plánu

Najčastejšie požiadavky, na ktoré sa kladie dôraz a objavujú sa v literatúre sú: *„byť stručný, zrozumiteľný a prehľadný, zdôvodniť výhody produktu pre užívateľa, vychádzať z prognóz, zdôvodniť použiteľnosť vývojových trendov, byť realistický, pracovať s rizikami, správne ich identifikovať, vyhodnotiť a ošetriť, sledovať tvorbu hodnoty, konkurencieschopnosť a hodnotový reťazec, preukázať finančnú realizovateľnosť, stabilitu a zhodnotenie vložených kapitálových zdrojov.“ [12]*

2.5 Titulná strana

Titulná strana podnikateľského plánu by mala obsahovať päť základných údajov, ktoré poskytujú predbežné informácie o firme.

Medzi päť základných údajov patrí: „*názov projektu, logo, kontaktné údaje, sídlo, údaje o podnikateľovi.*“ [13]

2.6 Obsah

Obsah je neodlúčiteľnou súčasťou rozsiahlejších písomných diel. Čitateľovi pomáha zlepšiť sa v orientácii konkrétneho diela. Obsah by sa mal spravidla vždy obmedziť iba na prvé tri úrovne nadpisu. Rozsiahlejšia podrobnosť obsahu nie je potrebná. [9]

2.7 Zhrnutie

Zhrnutie sa považuje za tu najdôležitejšiu časť podnikateľského plánu podľa investorov a bánk. Po prečítaní zhrnutia by mal čitateľ pocítiť zvedavosť a záujem prečítať si aj zvyšok plánu a zaoberať sa s podrobnosťami. [9] Ak ho zhrnutie nijako moc nezaujme, čitateľ stratí svoj záujem a nebude pokračovať v prezeraní si zvyšku podnikateľského plánu.

Odporúčané body pre zhrnutie sú nasledovné: „*predmet podnikania, faktory úspechu, podnikové ciele, ekonomické cieľové veličiny a potreba kapitálu.*“ [14]

2.8 Opis firmy

Na začiatku opisu firmy sa nachádzajú základné informácie o danej firme. Medzi základné informácie sa radí: sídlo firmy, majitelia, dátum založenia firmy a predovšetkým predstavenie hlavného produktu, ktorý sa bude ponúkať zákazníkom.

Nesmie sa zabudnúť na doterajšie úspechy, ktoré podnikateľ a či vzniknutú firmu postretli. Pod pojmom úspech si môžeme predstaviť získanie patentu, presadenie sa v zahraničí a podobne. Táto časť by mala obsahovať iba fakty, ktoré sú založené na overených informáciách. Aby mal čitateľ o podniku lepší názor môžu sa doložiť aj informácie, ktoré sa týkajú finančnej stránky firmy.

Na záver je treba aby podnikateľ, ktorý vypracováva túto kapitolu o opise firmy uviedol svoju misiu, víziu, stratégiu a dlhodobé ciele firmy. „*Misia vyjadruje poslanie firmy a je určená jej širokému okoliu. Vízia vyjadruje čím chce firma byť, o akú budúcu pozíciu usiluje. Mala by byť zrozumiteľná všetkým zainteresovaným osobám vo firme, ktorým je určená. Ciele by mali byť SMART- špecifické, merateľné, ambiciózne, reálne a terminované. Stratégia určuje ako dosiahneme stanovené dlhodobé ciele.*“ [9]

2.9 Opis výrobku a služieb

V tejto kapitole by sa mal podnikateľ venovať opisu samotného výrobku či služby, ktorou si chce získať budúceho potencionálneho zákazníka. Je potrebné zmieniť či ide o nový výrobok alebo službu, aké majú vlastnosti a k čomu majú slúžiť. Dôležitou súčasťou opisu je zmienka o výhodách ich fungovania. Je potrebné presvedčiť investorov o tom, že nebudú svojej investície ľutovať. Nie je treba popisovať technické parametre, pretože väčšina čitateľov podnikateľského plánu nepochádza z daného odvetvia, a preto by boli tieto informácie pre nich nepodstatné. [14]

2.10 Manažment

„*Riadením (managementom) chápeme usmerňovanie činností a výrobných faktorov tak, aby boli zaistené všetky činnosti a boli dosiahnuté dané ciele. Slovom management alebo vedenie je tiež prenesene označovaná skupina riadiacich pracovníkov.*“ [15]

Pojem management môžeme uviesť v štyroch podobách: „*proces, profesia, vedná disciplína, umenie.*“ [16]

Manažment sa označuje ako dynamický proces, pretože sa začína definovaním cieľov, ich realizáciou a končí sa kontrolou.

Podľa úrovne riadenia sa role manažéra delia do troch skupín:

- **vrcholový management** - v tejto skupine sa nachádzajú najvyššie postavení riadiaci pracovníci, ako sú napr.: riaditeľ firmy, prezidenti spoločnosti, ale aj ich viceprezidenti atď. Títo ľudia sú najlepšie finančne ohodnotení a firma ich považuje za veľmi dôležitých, pretože na ich schopnostiach a znalostiach ako riadiť firmu závisí jej úspech. [17]
- **stredný management** - tu nájdeme vedúcich útvaru firmy, ako sú napr.: vedúci finančného oddelenia, vedúci nákupu a pod. Títo vedúci spadajú pod vedenie vrcholového managementu a zároveň sú nadriadení pracovníkom, ktorí sú na nižšej pozícií ako oni. [17]
- **najnižší management** – patria sem manažéri, ktorí vystupujú na najnižšom stupni riadenia a sú nadriadení iba výkonným pracovníkom, ako je napr.: majster dielne a pod. [17]

Podľa štýlu riadenia môžeme riadiacich pracovníkov zaradiť do troch základných skupín:

- **autokratický štýl** – tento štýl je typický pre osobnosť manažéra, ktorý má črty sebadôvery, znalostí a odbornosti v danej problematike. Manažér sám rozhoduje a prikazuje svojim podriadeným bez ohľadu na ich nápady či názory. [17]
- **demokratický štýl** – je rozdielny oproti predchádzajúcemu v tom, že manažér dá priestor svojim podriadeným, aby sa vyjadrili k riešenej problematike, hoci finálne rozhodnutie zostáva iba na ňom. [17]
- **liberálny štýl** – považuje sa za najvoľnejší štýl riadenia. Riadiaci pracovníci zvyknú pracovať samostatne bez toho žeby prijímali rozkazy. Manažér, ktorý využíva liberálny štýl riadenia sa predovšetkým snaží vytvoriť dobré pracovné podmienky na pracovisku. [17]

2.11 Systém HACCP

HACCP v preklade znamená Systém analýzy rizík a stanovenia kritických kontrolných bodov. Dnes sa považuje za najviac rozšírený systém vo svete, ktorý sa zameriava na bezpečnosť potravín. Prvotne bol vymyslený pre Národnú leteckú a vesmírnu agentúru v 60.

rokoch minulého storočia, pretože potrebovali prísť na to ako zabezpečiť ochranu všetkých potravín pred rôznymi kontamináciami, ktoré by mohli nastať. V Slovenskej republike sa stal zo zákona povinným dňa 1.1.2000. Na Slovensku je známejší pod názvom Správna výrobná prax a je uvedený v Potravinovom kódexe Slovenskej republiky ako Zásady správnej výrobnéj praxe. [18]

HACCP sa využíva už od prvovýroby až po konečnú spotrebu, pretože riziko môže vzniknúť hocikedy a hocikde. Do tohto systému patria nie len výrobcovia potravín, ale tak isto prevádzkovatelia prepravy, skladovania, výrobcovia materiálu a podobne. HACCP sa snaží predom identifikovať nebezpečné potraviny a suroviny, ktoré by mohli obsahovať toxické látky, ktoré by mohli následne niekomu ublížiť alebo

ho zabiť. Identifikuje zdroje nebezpečia, miesta kontaminácie a zhodnocuje závažnosť spolu s rizikom nebezpečenstva. Systém získava najviac prínosov ak sa do jeho procesov zapájajú všetci pracovníci, ktorí sú zodpovední za bezpečnú produkciu. [19]

2.12 Ľudské zdroje podniku

„Každá organizácia je iba tak dobrá, ako sú jej zamestnanci.“ [20]

Ľudské zdroje sú prioritou číslo jedna pri zakladaní podniku, pretože je všeobecne známe, že viac očí, rúk alebo mozgov spraví viac ako jednotlivec. Dôvodov prečo sa zaoberať ľudskými zdrojmi v malých a stredných podnikoch je hneď niekoľko:

- záleží na ľuďoch, že aké výsledky činností bude dosahovať podnik,
- malé a stredné podniky to majú koľkokrát ťažšie čo sa týka dosahovania najlepších výsledkov, a preto by mali prijímať dostatočne kvalifikovaných zamestnancov,
- ľudia sa označujú za tzv. „nositeľov tichých znalostí“ [21], ktorí tvoria významnú časť bohatstva podniku.

Denník Moderní řízení uvádza na svojej internetovej stránke súčasné trendy pre angažovanosť a rozvoj zamestnancov v desiatych bodoch: *„spokojnosť zamestnancov boduje, udrzte si starších zamestnancov, vytvárajte ľuďom príležitosti k osobnému rozvoju, uvoľnite režim pracovnej doby, buďte tolerantní k zamestnancom rôznych vekových skupín, nové príležitosti sú lákadlom pre talentovaných zamestnancov, stabilizujúce rozhovory so zamestnancami,*

zárobok nie je to jediné, čo vedie ľudí k rozhodnutiu zostať vo firme, manažéri budú riadiť viac priamych podriadených, láskavejšie pracoviská vyhrávajú.“ [22]

2.13 Trh a konkurencia

Podnikateľský plán je v očiach investorov a bánk prijateľný vtedy ak existuje trh, na ktorom sa produkt či služba môže presadiť. Podľa toho čo má podnikateľ v úmysle vyrábať, ponúkať alebo inovovať tak hľadá trh, ktorý mu bude vyhovovať potenciálom, ale aj veľkosťou. V popise by sa preto mali objaviť údaje, ako sú napr.: veľkosť trhu, odborová výnosnosť, možné prekážky na trhu a podobne. [14]s

V podnikateľskom pláne sa uvádzajú dve skupiny trhov, ktoré sú známe pod názvami celkový a cieľový trh. *„Celkový trh zahŕňa všetky mysliteľné možnosti využitia daného výrobku alebo služby. V podnikateľskom pláne nepopisujeme podrobne celý trh či všetkých potencionálnych zákazníkov.“ [9]* V rámci podnikateľského plánu sa uvádzajú hlavne také skupiny zákazníkov, ktoré:

- pociťujú z výrobku alebo služby jednoznačný úžitok,
- majú k výrobku alebo k poskytovanej službe jednoduchý prístup,
- sú ochotní za produkt alebo službu dať peniaze. [9]

Takmer každá firma má svoju konkurenciu, s ktorou musí bojovať o dobré miesto na trhu. V dnešnej vyspelej dobe človek už len ťažko vymyslí niečo nové, netradičné a prvé svojho druhu. Hovorí sa, že nikto nie je nenahraditeľný. A táto veta sa dá veľmi ľahko využiť v súvislosti s produktmi. Napríklad taká obyčajná rana na tele sa dá prekryť obvazom, náplastou, tampónom, rúškom a podobne.

Pred tým než sa podnikateľ rozhodne podnikat', mal by nazbierať čo najviac informácií o svojich aktuálnych, ale aj možných budúcich konkurentoch.

2.14 Marketing

„Marketing je zásadný myšlienkový postoj, ktorý vznikol v trhovej situácii kedy sa nadbytok konkurentov na strane ponuky uchádza o priazeň nedostatočného počtu zákazníkov.“ [14]

Dnešné trhy sú priam preplnené produktami či službami, ktoré sú rovnaké v každom smere alebo sa príliš nápadne na seba podobajú. A predsa sa nájdu zákazníci, ktorí si daný produkt kúpia alebo využijú ponúkanú službu. Asi to málokoho prekvapí, ale je to tým, že majú dokonale vymyslený marketing. Pohybovanie sa v sfére marketingu nie je také jednoduché akoby sa mohlo zdať. Táto činnosť v sebe ukrýva mnoho, ako je napr.: zistenie cieľovej skupiny, na ktorú chce predajca zapôsobiť, vytvorenie pútavej reklamy a propagácie produktu či služby, vytvorenie funkčných distribučných ciest a podobne. Osoba, ktorá sa venuje marketingovej činnosti musí byť do istej miery aj dobrým psychológom aby vedela dobre odhadnúť čo sa cieľovej skupine bude páčiť, čo na nich zapôsobí a zanechá v nich nutkanie kúpy.

Základné zdroje informácií môžeme začleniť do dvoch skupín:

- **vnútorné zdroje** – sú to informácie, ktoré má podnik voľne k dispozícii alebo si ich dokáže získať aj sám. Zvyčajne sú to informácie, ktoré pochádzajú z podnikového účtovníctva, zo správ zo služobných ciest, z platobných podmienok dodávateľov a podobne. [17]

- **vonkajšie zdroje** – sú to naopak informácie, ktoré nie sú voľne dostupné pre podnik a je potrebné ich získať z vonkajších zdrojov, ktoré môžu byť tvorené napr.: článkami v odborných časopisoch, odbornými konferenciami a podobne. [17]

Podľa potrieb zákazníkov sa využívajú štyri nástroje marketingu: „ *produkt,*

- cena,

- distribúcia,

- propagácia.“ [15]

2.15 Finančný plán

Finančný plán má za úlohu pretransformovať predošlé časti do finančnej podoby. Pomáha preniesť podnikateľský plán do reálnej podoby.

Skladá sa z troch základných častí: „ *plánový výkaz ziskov a strát,*

- plánová rozvaha,

- plán peňažných tokov.“ [9]

Plánový výkaz ziskov a strát sa skrátene nazýva plánovaná výsledovka, ktorá má podobu tabuľky, v ktorej sa od plánovaných výnosov odčítajú plánované výdaje. Ak bude výsledok kladný, podnik by mal v budúcnosti dosiahnuť zisk. Plánovanie je síce pekné, ale nie vždy sa splnia naše očakávania, a preto sa odporúča vypracovať optimistickú a pesimistickú variantu. [23]

Plánová rozvaha sa odvíja od predpokladaného plánu odbytu výrobkov alebo služieb a s tým sú spojené aj plánované tržby. Vo finančnom pláne sa musia nachádzať všetky obmedzenia, ktoré vyplývajú z finančnej politiky podniku. Plánová rozvaha sa skladá najmä z dvoch častí, ktorými sú aktíva a pasíva. [12]

„Plán peňažných tokov je považovaný sa najpresnejší indikátor úspešnosti malých a stredných podnikov, najmä v prvotných fázach a vo fázach rýchleho rastu podnikania. Plán peňažných tokov/ likvidity (ang. cash flow) sleduje príjmy a výdavky tak, ako do firmy skutočne prichádzajú a zase odchádzajú.“ [24]

2.16 Záver a prílohy

Záver väčšinou zaberá jednu až dve strany čistého textu. Treba zdôrazniť slovné spojenie čistý text, pretože v závere sa v žiadnom prípade nesmú nachádzať tabuľky, grafy, obrázky a podobne. Záver by sa mal do istej miery podobáť na úvod. Tým je myslené, že ak sa v úvode nachádza určený cieľ, ktorý má byť dosiahnutý, tak práve v závere sa má nachádzať odpoveď na otázku či sme cieľ splnili alebo nie. Záver je ako keby zhrnutie celého podnikateľského plánu v stručných a výstižných vetách.

V prílohách podnikateľského plánu sa môžu nachádzať napr.: výpis z obchodného registra, fotografie, obrázky, grafy, rôzne tabuľky (výkaz ziskov a strát, rozvaha,...), zmluvy, patenty, certifikácie a tak ďalej.

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

3. CIEĽ A METÓDY SPRACOVANIA BAKALÁRSKEJ PRÁCE

V kapitole sú bližšie popísané ciele bakalárskej práce a taktiež metódy, ktoré sa budú využívať.

3.1 Cieľ spracovania

Hlavným cieľom bakalárskej práce je na základe použitých analýz zistiť či by bolo možné vo vybranej oblasti založiť cukráreň, ktorá by sa presadila, udržala na trhu a bola zisková. Vedľajšími cieľmi bakalárskej práce sú vymedzenie problematiky podnikania v gastronómii a charakterizovanie jednotlivých častí podnikateľského plánu, ktorý je hlavným zámerom práce.

3.2 Metódy spracovania

Prvá metóda, ktorá sa využije pri spracovaní bakalárskej práce je SWOT analýza, ktorá pozostáva zo štyroch častí, ktorými sú: silné stránky, slabé stránky, hrozby a príležitosti. SWOT analýza sa využíva na rýchle spracovanie prehľadu o strategickom situácii podniku. Druhou metódou je analýza konkurencie, pri ktorej sa vychádza z poznatkov M. Portera. M. Porter vypracoval schému piatich konkurenčných síl, do ktorých patria: noví potencionálni konkurenti, zákazníci, dodávatelia, náhradné výrobky a konkurenti. Porterov model patrí k najvýznamnejším nástrojom, ktoré sa využívajú na analýzu konkurenčného prostredia.

4. ANALÝZA MOŽNOSTÍ NA ZALOŽENIE PODNIKU

Pred samotnou návrhovou časťou, v ktorej budú rozpísané predstavy a myšlienky o budúcom vzhľade a chode podniku sa musí najprv analyzovať jeho nastávajúce prostredie, konkurencia, príležitosti, hrozby a tak ďalej. A to pomocou SWOT analýzy a Porterovho modelu piatich síl.

4.1 SWOT analýza

SWOT analýza sa využíva na definovanie silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb podniku podľa ich naliehavosti. Využíva sa pre jeden konkrétny podnik alebo odvetvie.

Na začiatku sa definuje interné prostredie, ktoré tvoria silné a slabé stránky podniku. Interné prostredie dokážeme ovplyvniť svojím konaním a môžeme ho zmeniť tak aby nám čo najviac vyhovovalo. Druhým krokom je definovanie externého prostredia, ktoré tvoria hrozby a príležitosti. Toto prostredie sa na rozdiel od interného len veľmi ťažko ovplyvňuje našimi činmi. Konkrétne príklady, ktoré sa týkajú budúcej cukrárne sa nachádzajú v tabuľke č. 1.

Tab. 1: SWOT tabuľka

| Silné stránky | Slabé stránky |
|--|----------------------------------|
| Dobrý pomer ceny a kvality | Začínajúca firma |
| Domáca výroba | Nedostatok obchodných skúseností |
| Výhodná lokalita | Finančná záťaž - bankový úver |
| Znalosť v cukrárskej výrobe | Na začiatok málo zamestnancov |
| Príležitosti | Hrozby |
| Možnosť spolupráce so strednou školou v PN | Zdraženie kvalitných surovín |
| Využitie moderných technológií | Prichádza obdobie raw |
| Odbyt kvalitných potravinárskych surovín | Pomalý rast na trhu |
| Prekonanie obchodných bariér na novom trhu | Príchod novej konkurencie |

Zdroj: vlastné spracovanie

V nasledujúcej tabuľke č. 2 sa nachádzajú okrem štyroch základných častí SWOT analýzy aj ďalšie parametre vo forme bodového ohodnotenia, ktorého výsledok má dopomôcť k lepšej predstave o tom či sa oplatí podnik založiť.

Váhy: ich súčet v jednotlivých kvadrantoch musí byť rovný 1. Čím je parameter dôležitejší, tým väčšie číslo ma pridelené.

Hodnotenie: pri silných stránkach a príležitostiach sa využíva stupnica od +1 do +5. Pri slabých stránkach a hrozbách je stupnica od -1 do -5.

Celkom: tieto parametre získame súčinom váh a hodnôt.

Ďalej sčítame silné stránky so slabými stránkami a príležitosti s hrozbami. Na záver tieto dve čísla opäť sčítame a dostaneme výslednú hodnotu.

Tab. 2: Vyhodnotenie SWOT tabuľky

| | Váhy | Hodnotenie | Celkom |
|--|------------|------------|--------|
| Silné stránky | | | |
| Dobry pomer ceny a kvality | 0,2 | 3 | 0,6 |
| Domacia výroba | 0,3 | 4 | 1,2 |
| Vyhodnana lokalita | 0,4 | 5 | 1,5 |
| Znalost' v cukrarskej vyrobe | 0,2 | 4 | 0,8 |
| Celkom | | | 4,1 |
| Slabé stránky | | | |
| Zacínajúca firma | 0,25 | -3 | -0,75 |
| Nedostatok obchodných skúseností | 0,25 | -3 | -0,75 |
| Finančná záťaž - bankový úver | 0,4 | -5 | -2 |
| Na začiatok málo zamestnancov | 0,1 | -2 | -0,2 |
| Celkom | | | -3,7 |
| Príležitosti | | | |
| Možnosť spolupráce so strednou školou v PN | 0,5 | 5 | 2,5 |
| Využitie moderných technológií | 0,1 | 3 | 0,3 |
| Odbyt kvalitných potravinárskych surovín | 0,2 | 3 | 0,6 |
| Prekonanie obchodných bariér na novom trhu | 0,2 | 4 | 0,8 |
| Celkom | | | 4,2 |
| Hrozby | | | |
| Zdraženie kvalitných surovín | 0,25 | -3 | -0,75 |
| Prichádza obdobie raw | 0,1 | -2 | -0,2 |
| Pomalý rast na trhu | 0,25 | -3 | -0,75 |
| Príchod novej konkurencie | 0,4 | -5 | -2 |
| | | | -3,7 |
| Silné a slabé stránky | 0,4 | | |
| Príležitosti a hrozby | 0,5 | | |
| Celkom | 0,9 | | |

Zdroj: vlastné spracovanie

Zostavenie samotnej SWOT tabuľky nikdy spravidla nestačí. Na to aby sa mohol plne využiť jej potenciál je potrebné ju vyhodnotiť. Na základe výsledných hodnôt sa rozhoduje medzi štyrmi základnými stratégiami, ktorými sú: ofenzívna stratégia, defenzívna stratégia, stratégia spojenectva a stratégia úniku alebo likvidácie.

Pre cukráreň Lenkine dobroty bude najvýhodnejšie využiť ofenzívnu stratégiu, ktorú si podnik volí ak prevažujú silné stránky nad slabými stránkami a príležitosti nad hrozbami. Od výberu základnej stratégie sa potom odvíjajú ďalšie marketingové stratégie, ktoré môže podnik využiť vo svojej podnikateľskej sfére.

Spomedzi niekoľkých marketingových stratégií sa následne vybrali dve, ktorými sú: stratégia zameraná na zákazníka a stratégia zaujatia pozície na trhu prezývaná ako positioning.

Stratégia zameraná na zákazníka patrí medzi dlhodobé stratégie pričom je zameraná na budovanie solídnych a obojstranne výhodných vzťahov so zákazníkmi. Najdôležitejším prvkom je komunikácia so zákazníkom, ktorá by mu mala podať informácie o všetkých prednostiach a odlišnostiach produktu. Ďalej sa podnik bude snažiť o vytvorenie: podnikovej kultúry a imidžu, o čo najpresnejšie definovanie zákazníka, ponuky, ktorá splní či dokonca prekoná predstavy zákazníka a cien, ktoré budú zákazníci rešpektovať.

V poslednom rade sa nesmie zabudnúť na propagáciu, ktorá bude tak isto dôležitou súčasťou stratégie. Jej úlohou bude osloviť potencionálnych zákazníkov, pripomenúť sa stálym zákazníkom, prebudiť v nich záujem o návštevu podniku a následne aj záujem o kúpu ponúkaných produktov či služieb.

Positioning je stratégia, ktorá je založená na princípe odlišovania sa od konkurencie. Podnik sa od konkurencie najčastejšie odlišuje svojím produktom, službou, personálom, distribúciou alebo imidžom podniku. Na to aby malo odlíšenie sa dostatočnú perspektívu, musí byť napr.: zreteľné, dostupné, rentabilné, dokonalé, nenapodobiteľné a tak ďalej. Odlíšenia, na ktoré chce vedenie cukrárne Lenkine dobroty upriamiť svoju pozornosť sú produkty, služby a imidž. Cukráreň chce ísť tzv. ruku v ruke s novými trendami, ktoré sa dejú vo svete. Určite sa nezanevrie ani na tradičnú receptúru. Len s tým rozdielom, že hotové výrobky budú mať nový, zaujímavý a nevšedný vzhľad. Medzi služby sa bude radiť organizovanie detských podujatí, ktoré budú prebiehať približne 2-krát do mesiaca. Imidž sám o sebe zohráva dôležitú úlohu v podnikaní. Vytvára v mysli zákazníka prvý dojem a na ňom mnohokrát záleží ako sa zákazník voči podniku zachová. Na logu cukrárne sa bude nachádzať kúsok torty

s čerešničkou na vrchu. Bude obsahovať príjemné farby, ktoré budú spolu perfektne ladiť. Logo bude vsadené do modrého kruhu.

4.2 Porterov model piatych síl

Noví potenciónálni konkurenti – v súčasnej dobe veľa ľudí premýšľa o podnikaní, pretože sa podnikanie stalo akýmsi trendom v modernom svete. Existujú dve skupiny ľudí. V prvej skupine sú ľudia, ktorí majú málo informácií a praxe vo sfére podnikania, ale majú obrovský elán pre vec.

Druhú skupinu tvoria ľudia, ktorí majú pozisťované a naštudované množstvo informácií, ale predovšetkým majú aspoň minimálnu prax a vedia aké úsilie ich to bude stáť.

Princíp zmýšľania oboch skupín je odlišný, ale ich ciele sú totožné. Preraziť a udržať sa na trhu.

Preto príchod novej konkurencie na domáci trh je úplne normálny a obvyklý. Aby si podnik udržal náskok musí neustále sledovať nové trendy, zaujímať sa o želania a predstavy zákazníkov, sledovať situáciu na trhu a podobne.

Zákazníci – zákazník by mal byť vždy na prvom mieste. Na ich uspokojení závisí celý chod podniku. Nedá sa predpokladať, že bude podnik svojím vzhľadom, prístupom alebo ponukou vyhovovať každému zákazníkovi keďže každý zákazník má svoje ojedinelé potreby.

Cukráreň Lenkine dobroty sa teda bude musieť orientovať na väčšie skupiny ľudí, akými sú napr.: rodiny s deťmi, seniori alebo mládež.

Pre rodiny s deťmi bude pripravené: detský kútik a detský program 2-krát do mesiaca.

Seniori v cukrárni nájdu: príjemné prostredie, ľahký prístup, pohodlné posedenie.

Na mládež bude čakať: WIFI pripojenie, moderné prostredie, trendy dezerty a zákusky.

Dodávatelia - dobré dodávateľské vzťahy sú jednou z podmienok úspešného podnikania. Podnik si na základe ich dlhodohej histórii, pôsobeníu na trhu a dobrých skúseností plánuje vybrať nasledovných dodávateľov.

Kofola, a.s. - je podnik s veľmi dlhou tradíciou. Jej prvé kroky sa začali formovať v roku 1993 a je tu s nami úspešne dodnes. Kofola vyrába nealkoholické nápoje momentálne v deviatich závodoch na piatich trhoch v strednej a východnej Európe. Pod ich firmu tiež spadá pramenitá voda Rajec, sirupy od Jupí, Vinea, čerstvé zeleninové a ovocné šťavy UGO, energetické nápoje Semtex a niekoľko ďalších.

Metro, a.s. - na Slovensku je to veľmi známy veľkoobchod potravín a ďalšieho tovaru. Metro sa prezentuje tým, že má pod svojou strechou viac ako 33 000 produktov.

ARC-DRINK SERVIS, s.r.o. - pôsobia na slovenskom trhu od roku 1994. Začínali ako menšia firma, ktorá distribuovala iba nápoje na donášku do firiem a inštitúcií. Dnes sa rozšírili aj o drogistický tovar a menšie kancelárske potreby. Ich veľkým plusom je, že doprava a vynesie tovaru je zdarma.

Rajo, a.s. - pod týmto názvom vznikla spoločnosť v roku 1992. Ich špecializácia je výroba a príprava mliečnych produktov.

HORTIM-SK, s.r.o. - je obchodnou a logisticko-servisnou spoločnosťou. Je známa tým že preferuje dodanie čerstvého ovocia a zeleniny z domáceho prostredia. Mimo pestovateľské obdobie na domácom území využívajú služby medzinárodnej skupiny Total Produce. Skupina ľudí pestuje, ponúka a dováža vyše 300 druhov ovocia a zeleniny.

Náhradné výrobky - uspokojiť potreby svojho zákazníka je hádam prioritou každej cukrárne. Hlavnými produktami cukrárne Lenkine dobroty budú kvalitné domáce pečené aj nepečené zákusky, koláče, cheesecake a torty, v ktorých bude primeraná dávka cukru. Ak bude zákazník napr. diabetik, vypíše si v cukrárni formulár na dodatočnú zmenu v objednávke a zamestnanci to pripraví tzv. na mieru. Tak isto je to aj v prípade keď sa do základného piškótového cesta pridáva klasická pšeničná múka. Zamestnanci podniku budú ochotní upiecť aj bezlepkový sortiment. Všetko čo bude v silách podniku tak to svojim zákazníkom splní.

Konkurenti

Cukráreň Lenkine dobroty bude situovaná v meste Hlohovec na západnom Slovensku. V meste sa nachádzajú dve konkurenčné cukrárne s niekoľko ročným postavením na miestom trhu.

Olajos dezerty - cukráreň sa nachádza na mieste, ktoré je pár metrov od miestnej železničnej stanice. Ich hlavným produktom, ktorým sa propagujú je výroba francúzskych dezertov. Okrem dezertov ponúkajú aj raňajky, kávu, nápoje a prijímajú objednávky na torty. Vnútorne priestory sú pomerne malé a mierne tesné. V letných obdobiach je možnosť sedieť vonku na vybudovanej terase, a tak isto si zakúpiť zmrzlinu.

Cukráreň Maxim - je vo vlastníctve p. Silvie Švecovej Dvoranovej, ktorá sa rozhodla naďalej pokračovať v rodinnej tradícii. Alexander Švec začal formovať svoju cukrársku kariéru už v roku 1946 a želal si aby jeho rodina pokračovala v cukrárskom remesle. P. Silvii Švecovej Dvoranovej sa podarilo otvoriť jej vlastnú prevádzku na pešej zóne v roku 2005. Priestory ponúkajú veľa miest na sedenie nakoľko ide o dvojposchodovú stavbu. Medzi ich sortiment patria zákusky, torty, štrúdle a rôzne slané pečivo.

5. NÁVRH PODNIKATEĽSKÉHO PLÁNU NA ZALOŽENIE CUKRÁRNE

V nasledovných kapitolách sa podrobne skúma štruktúra podnikateľského plánu pre konkrétny podnik, ktorým je cukráreň s názvom Lenkine dobroty. V podkapitolách sú obsiahnuté predbežné návrhy a odhady ako by mal podnik v budúcnosti vyzerat' a fungovať.

5.1 Založenie, forma a predmet podnikania

Cukráreň bude založená jedným spoločníkom na základe živnostenskej oprávnenia pričom podnik bude ďalej vystupovať ako spoločnosť s ručením obmedzeným. Živnostenské oprávnenie sa dá získať na ktoromkoľvek živnostenskom úrade kde dotyčná osoba ohlási remeselnú živnosť na výrobu pekárskejších a cukrárskejších výrobkov a na mieste zaplatí sumu vo výške 15€ alebo v prípade elektronického ohlásenia zaplatí sumu vo výške 7,50€. Pre vydanie živnostenského oprávnenia je potrebné splňať všeobecné a osobitné predpoklady, ktoré sú v tomto prípade splnené. Ďalšie podmienky pre tento typ podnikania sa nachádzajú v zákone č. 455/1991 Z. z. o živnostenskom podnikaní. Samotné založenie s.r.o. trvá približne desať až dvadsať pracovných dní. Je nevyhnutné si predom vypracovať zakladateľské dokumenty, ohlásiť živnosť a podať návrh na zápis s.r.o. do obchodného registra, ktorý je spoplatnený čiastkou vo výške 150€ pri elektronickom podaní a pri osobnom podaní čiastka činí 300€. Veľmi dôležitým bodom je aby si budúci podnikateľ uvedomil, že od roku 2016 nie je treba vkladať základné imanie (5000€) na účet v banke, ale postačí formálne vyhlásenie, že vklady boli splatené v hotovosti. Spoločnosť s ručením obmedzením potom môže vystupovať pod vlastným názvom, ktorý si zakladateľ vymyslel pri založení.

Predmety podnikania sú vo väčšine prípadov živnosti, ktoré sú upravené zákonom o živnostenskom podnikaní. Predmetom podnikania môže byť v istých prípadoch aj činnosť, ktorá sa nestala živnosťou. Právnická osoba, ktorá je zapísaná do Obchodného registra musí doňho pripísať aj tieto predmety podnikania. V prípade spoločnosti s ručením obmedzeným sa zapisujú väčšinou pomocou dokladu, ktorým právnická osoba figuruje a tým je osvedčenie o živnostenskom oprávnení.

Spoločnosť Lenkine dobroty bude disponovať nasledovnými predmetmi podnikania:

- výroba pekárskejších a cukrárenských výrobkov,
- kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi alebo iným prevádzkovateľom živnosti,
- sprostredkovateľská činnosť v oblasti služieb,
- sprostredkovateľská činnosť v oblasti obchodu,
- výroba nápojov,
- organizovanie kultúrnych a iných spoločenských podujatí.

5.2 Motto, vízia, poslanie a ciele podniku

Motto – S nami bude Váš život sladký.

Vízia – byť na čele medzi konkurenciou, a tak sa stať najvyhláďavanejšou cukrárňou v Trnavskom kraji.

Poslanie – vyrábať pre našich zákazníkov produkty z kvalitných surovín za férovú cenu, plniť ich želania a robiť všetko pre ich spokojnosť.

Ciele – nasledujúce ciele boli zostavené na základe vízie a poslaní podniku.

Primárnym cieľom bude osloviť a zaujať čo najviac obyvateľov z okolitých miest, z ktorých by sa časom stali pravidelní zákazníci. Prijemné prostredie, ústretový personál a kvalitné produkty za dobrú cenu by mali zaručiť, že sa v cukrárni budú zákazníci cítiť príjemne a pri ďalšej návšteve privedú aj svojich známych. Čo by malo pre podnik znamenať zvýšenie návštevnosti.

Od výšky návštevnosti sa odvíja výška tržby, ktorá sa dá považovať za sekundárny cieľ. Na druhom mieste sa nachádza z jedného prostého dôvodu. Zákazníci sú tí, ktorí kupujú produkty, tovary, služby a tie následne vytvárajú danú tržbu. Nakoľko nebude možné otvoriť podnik bez finančnej pomoci, vytváranie tržieb je nevyhnutné na splácanie úveru, vyplácanie miezd zamestnancov, prevádzkových nákladov, prenájmu a podobne.

5.3 Titulná strana

Názov podniku: Lenkine dobroty

Obr. 1: Logo podniku



Zdroj: vlastné spracovanie

Sídlo: Námestie sv. Michala 26

Hlohovec 920 01

Slovenská republika

Právna forma podnikania: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Údaje o majiteľovi: Lenka Martinkovičová

Slovenského národného povstania 20C

Hlohovec 920 01

Slovenská republika

5.4 Zhrnutie

Podnikateľský plán je určený na založenie cukrárne Lenkine dobroty. Cukráreň má byť situovaná v meste Hlohovec na západe Slovenska. Podnik bude disponovať hneď niekoľkými predmetmi, ako sú napríklad: výroba pekárskejších a cukrárenských výrobkov, výroba nápojov, sprostredkovateľská činnosť v oblasti služieb, organizovanie kultúrnych a iných spoločenských podujatí a podobne.

Ciele podniku boli zostavené na základe predom danej vízie a poslania. Primárnym cieľom bude osloviť a získať čo najviac zákazníkov. Vedenie podniku verí tomu, že príjemné prostredie, usmievavý personál a chutná ponuka produktov to dokáže. Od ostatných cukrárni sa bude líšiť v tom, že sa budú organizovať akcie pre deti každú druhú sobotu v mesiaci.

Od výšky návštevnosti sa odvíjajú výšky tržieb, a preto to bude sekundárnym cieľom podniku. Vytváranie tržieb/zisku je pre takmer každý podnik prioritou. Tržby budú potrebné nie len na splácanie chodu podniku, miezd zamestnancov, ale aj na splácanie úveru.

Na začiatku podnikania majiteľka cukrárne bude mať základný kapitál v hodnote 12 103€, ktorý by stačil iba na nákup zásob na dobu jedného mesiaca a na nákup všetkého vybavenia cukrárne. Preto bude nevyhnutné požiadať o pôžičku v banke v podobe úveru s čiastkou 15 000€, s úrokovou mierou 8,7% a s dobou splácanie na päť rokov.

5.5 Opis podniku Lenkine dobroty

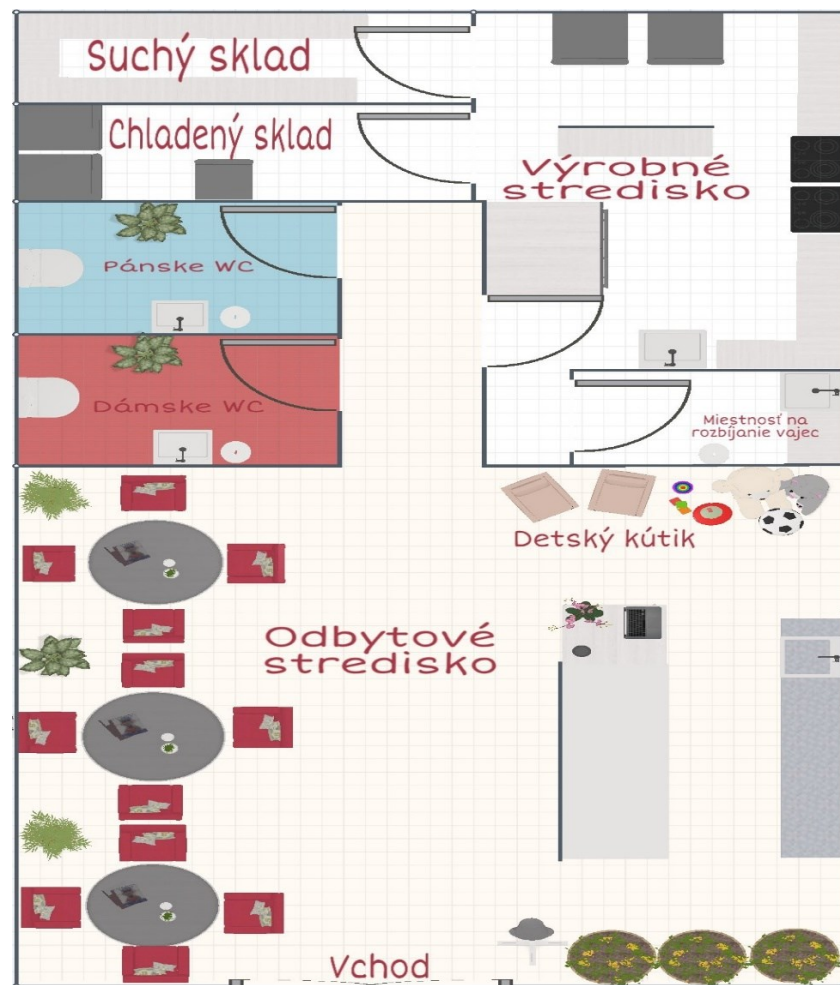
V nasledujúcich podkapitolách sa nachádza detailný opis cukrárne.

5.5.1 Charakteristika cukrárne

Cukráreň Lenkine dobroty má byť malou a útulnou prevádzkou. Hneď pri vstupe by sa mal zákazník cítiť príjemne, uvoľnene a to chce podnik docieľiť príjemným usmievavým personálom, ktorý bude stáť za pracovným pultom po pravej strane, jemnými farbami v kombinácii žltej, šedej a bielej. Cukráreň je miesto kde ľudia zvyknú posedieť pri káve a koláči dlhšiu dobu, a preto sa nesmie zabudnúť na ich pohodlie. Miesto klasických stoličiek,

ktoré sa bežne nachádzajú v kuchyniach bude cukráreň disponovať kreslami vyplnenými penou. Posedenie pre hostí sa bude nachádzať po ľavej strane, z ktorej budú mať skvelý rozhľad. Hostia budú vidieť na chladiacu vitrínu so zákuskami, na pracovníkov ako im pripravujú objednávku, ale aj na svoje malé ratolesti, ktoré sa budú hrať v detskom kútiku. Pri detskom kútiku budú ešte dodatočne umiestnené sedacie vaky ak by chceli byť rodičia bližšie a pohodlne ku svojim deťom. V cukrárni budú samozrejme vybudované aj sociálne zariadenia. Ďalšou súčasťou cukrárne bude priestor, ktorý bude slúžiť na prípravu dezertov, múčnikov a tort. V miestnosti budú všetky potrebné prístroje na prípravu cukrárenských výrobkov a bude usporiadaná tak aby splnila potrebné hygienické predpisy. Vo výrobní sa bude nachádzať menšia miestnosť, ktorá bude slúžiť špeciálne iba na rozbíjanie vajčiek. Za výrobňou budú situované priestory, ktoré budú slúžiť na skladovanie potravín. Na nasledujúcom obrázku číslo dva sa nachádza návrh dispozičného riešenia.

Obr. 2: Návrh dispozičného riešenia



Zdroj: vlastné spracovanie

5.5.2 Umiestnenie cukrárne

Cukráreň má vzniknúť v meste menom Hlohovec, v ktorom žije takmer 21 500 obyvateľov a nachádza sa na západe Slovenska. V okolí Hlohovca sa nachádza mnoho dedín, z ktorých ľudia každodenne dochádzajú do mesta za prácou alebo do školy.

Cukráreň bude situovaná v blízkosti centra mesta na ulici Námestie sv. Michala. Pár metrov od prevádzky sú mestské parkovacie miesta, ktoré sú cez týždeň za menší poplatok a cez víkend sú zadarmo. Je to menšie mínus pre budúcich návštevníkov, ale ak by chceli ušetriť na parkovnom tak môžu o kúsok ďalej zaparkovať v obytnej zóne. Vedľa parkovacích miest je katolícky kostol, do ktorého denne prichádzajú obyvatelia Hlohovca a okolitých dedín, ktorí predstavujú tak isto potencionálnych zákazníkov.

5.5.3 Otváracia doba

Otváracie hodiny sú prispôbené forme podniku. Keďže ide o cukráreň tak sa predpokladá, že nie je nevyhnutné aby bolo otvorené do neskorých nočných hodín. Detailné vyobrazenie otváracích hodín sa nachádza na obrázku číslo tri.

Obr. 3: Otváracie hodiny cukrárne

| | |
|----------|-------------|
| Pondelok | 09:00-18:00 |
| Utorok | 09:00-18:00 |
| Streda | 09:00-18:00 |
| Štvrtok | 09:00-18:00 |
| Piatok | 09:00-18:00 |
| Sobota | 09:00-18:00 |
| Nedeľa | 09:00-18:00 |

Zdroj: vlastné spracovanie

5.6 Charakteristika výrobkov a služieb

Charakteristika produktov a služieb je neodlúčiteľnou súčasťou podnikateľského plánu, a preto sa nachádza v nasledovných podkapitolách.

5.6.1 Opis výrobkov

Po dôkladnom zvážení bolo pre cukráreň vybraných niekoľko spoľahlivých dodávateľov potravín a nápojov, ktorí majú dlhodobé a prospešné postavenie na trhu. Aj vďaka ich službám budú môcť zamestnanci cukrárne vytvárať a ponúkať svojim budúcim zákazníkom chutné výrobky z kvalitných a čerstvých surovín za prijateľnú cenu.

Ponuka bude zostavená tak aby vyhovovala čo najväčšiemu počtu ľudí s rôznymi preferenciami chutí. Najväčší zástup v ponuke budú tvoriť dezerty s ovocím, ktoré disponujú príjemnou chuťou a zdravými vitamínmi, ako sú napr.: Egrešový koláč či Jablkové pité.

Aby cukráreň uspokojila tzv. „maškrtné jazýčky“, zaradí do svojej ponuky dezerty s vyšším obsahom čokolády a kakaá, ako sú napr.: Čokoládové popraskance alebo Nuttelový cheesecake.

Pre mladých ľudí, ktorí majú radi netradičné zákusky budú pripravené Bubblegum cupcakes, ktoré vyzerajú na prvý pohľad ako snehové ťažítka.

Vo vitrínach so zákuskami nájdú to svoje aj postaršie generácie, ktoré majú radi klasické dezerty, akými sú napr.: Punčové srdcia alebo Rumové guľky.

Vedľajšími výrobkami podniku budú torty na objednávku. Zákazník zavolá do predajne alebo si v nej vyplíše formulár, ktorý bude obsahovať výber cesta, plnky, veľkosti, tvaru torty a na záver bude kolónka s pripomienkami. Majiteľka cukrárne nemá v pláne robiť obmedzenia vo výrobe tort, ktoré by sa týkali zákazníkových požiadaviek. Chce aby sa jej zamestnanci neustále zlepšovali, a tak každá výzva, ktorá bude v ich silách bude prijatá.

5.6.2 Opis služieb

Prvou najvýznamnejšou službou bude výroba chutných, kvalitných dezertov a tort podľa prirani zákazníka. Splniť požiadavky zákazníka je takmer vždy na prvom mieste. Ak vedenie chce aby sa zákazníci cítili príjemne v cukrárni bude musieť mať zaškolený, usmievavý a ochotný personál.

Tým sa dostávame k druhému bodu, ktorým bude samotná obsluha zákazníkov. Personál by mal byť vždy ochotný pomôcť s výberom vhodného zákusku, s vyplnením formuláru na objednávku a taktiež by mal dobre vedieť skladbu zákuskov, dezertov a tak ďalej.

Súčasťou služieb cukrárne Lenkine dobroty bude samozrejme aj rozvoz sortimentu. V meste Hlohovec bude rozvoz zdarma a každý ďalší kilometer mimo mesto bude stáť 0,20€. V prípade, že si zákazník vytvorí objednávku v hodnote 50€ a viac, bude mať dovozné do vzdialenosti 50km zadarmo.

Keďže sa pri vytváraní cukrárne Lenkine dobroty myslelo aj na detské osadenstvo tak v podniku nesmie chýbať detský kútik. V detskom kútiku sa budú nachádzať rôzne plastové hračky, malý stolček so stoličkami, detské spoločenské hry a hračkársky hrad. Pre dospelých budú prichyšané sedacie vaky ak by chceli na svoje deti dohliadať zblízka.

Na rodiny s deťmi sa bude myslieť dvojnásobne, pretože na nich bude čakať ešte jedno prekvapenie a tým bude konanie sa detských programov dva-krát do mesiaca. Detské programy budú bývať každú druhú sobotu v mesiaci. Súčasťou programov bude maľovanie na tvár, tvorivé dielničky a detské spoločenské hry.

5.7 Fungovanie manažmentu v cukrárni

Pre plynulé fungovanie podniku je nevyhnutné hneď od začiatku správne nastaviť manažment a prideliť právomoci svojim zamestnancom. V cukrárni Lenkine dobroty by mal manažment fungovať na základe demokratického štýlu riadenia, ktorý spočíva v obojstrannej komunikácii medzi vedúcou osobou a podriadenými. Vedúca osoba by mala mať dobrý vzťah so svojimi zamestnancami, ktorý bude založený na neustálej komunikácii aby vedela o ich pocitoch, postrehoch a nápadoch. Výberom tohto štýlu riadenia by mala panovať na pracovisku priateľská atmosféra, ale zároveň by mal byť daný odstup medzi vedúcou a zamestnancami.

V praxi to bude znamenať, že ak budú mať zamestnanci nejaký nápad alebo pripomienku, povedia ju nahlas, preberú sa detaily a na záver bude mať vedúca posledné slovo. Využitie tohto štýlu riadenia predpokladá, že bude na pracovisku panovať odborná, spoločenská a kultúrna úroveň zamestnancov.

5.8 Systém HACCP

Systém HACCP je neodlúčiteľnou súčasťou podnikateľského plánu, ktorý sa týka otvorenia cukrárenskej prevádzky. Jeho zostavenie nie je jednoduché, pretože obsahuje veľmi veľa bodov, ktoré je treba spísať a nesmie sa na žiadne riziko zabudnúť. Preto sa vedenie cukrárne Lenkine dobroty rozhodlo, že si dá systém HACCP vypracovať profesionálnej firme, ktorá má dlhoročnú prax.

5.9 Ľudské zdroje podniku a organizačná štruktúra

Majiteľka/ cukrárka – je najvyšším článkom manažmentu. Bude mať najviac pridelených právomocí a úloh. Medzi jej hlavné úlohy ako majiteľky sa budú radiť: príprava objednávok, prijímanie personálu, vybavovanie sťažností, evidovanie účtovníctva, vyplácanie miezd, vytváranie marketingu, komunikácia s podriadenými a dohľadanie na dobré vzťahy na pracovisku. Majiteľka bude zastávať aj funkciu cukrárky a tým pádom preberá jej úlohy. Jej náplň práce bude nesmierne dôležitá pre chod cukrárne keďže bude vytvárať jej hlavné produkty. Bude mať za úlohu prípravu sladkých dezertov, koláčov a podobne. Bude mať pod sebou jednu podriadenú osobu na pozícii pomocnej sily.

Čašník/čka – tvorí dôležitú súčasť kolektívu, pretože je to osoba, ktorú zákazník vidí ako prvú pri vstupe do podniku. Čašník musí byť vždy pozitívne naladený, usmievavý a ochotný voči zákazníkom. Jeho úlohami budú: vítanie hostí pri vstupe, prijímanie objednávok a ich následne spracovanie, príprava teplých a studených nápojov, pomáhať pri výbere sortimentu, pomáhať pri vyplňaní objednávkového formuláru a udržiavať poriadok na pracovisku po celú dobu. V neposlednom rade bude mať za úlohu finančné vyrovnanie s hosťami a na záver bude zodpovedný za peniaze v kase.

Pomocná sila – bude mať za úlohu vypomáhať cukrárke vo výrobnom stredisku s prípravou sladkého sortimentu. Medzi jej náplne práce sa budú radiť drobnejšie práce, ako sú napr.: príprava ciest, miešanie krémov, umývanie riadu a tak ďalej.

Súčasťou manažmentu na pracovisku je aj navrhovaná organizačná štruktúra, ktorá sa nachádza na obrázku číslo štyri.

Obr. 4: Organizačná štruktúra



Zdroj: vlastné spracovanie

5.10 Marketingové činnosti

Marketingové činnosti slúžia najmä na propagovanie podniku, jeho produktu, služby alebo aj na oslovenie budúceho zákazníka. Vytvorenie dobrého marketingového plánu je nesmierne dôležité. Už pri prvej propagácii si zákazník začína utvárať vlastné názory o podniku.

5.10.1 Marketing pred otvorením

Marketing pred otvorením cukrárne bude prebiehať v troch etapách. Prvá z nich sa týka plagátov. Výroba plagátov sa nedá robiť externej firme, ale navrhnu sa a vytlačia v pohodlí domova. Je to omnoho výhodnejšie, pretože podnikateľ ušetrí peniaze a bude ich mať podľa svojej predstavy. Návrh plagátu sa nachádza na nasledujúcom obrázku číslo päť.

Obr. 5: Návrh plagátu



Zdroj: vlastné spracovanie

Druhá etapa zahrňuje mierne zmenenie už niekoľko ročne funkčnej internetovej stránky a to v zmysle pridania miesta podnikania, dátumu otvorenia, otváraciej doby a ponukového lístku. Keď bude stránka plne funkčná, začne sa s jej propagovaným na sociálnej sieti – Facebook.

Posledná tretia etapa v sebe zahŕňa propagovanie pomocou miestneho časopisu. Každý občan mesta Hlohovec dostáva raz mesačne do svojej schránky časopis Život v Hlohovci. Keďže ide o tzv. mesačník, podnikateľ bude musieť zaslať svoju požiadavku na inzerát o mesiac skôr ako sa podnik bude otvárať.

5.10.2 Marketing v deň otvorenia

V deň otvorenia cukrárne bude stáť pri dverách hosteska, ktorá bude ponúkať zákazníkom welcome cake pops. Cake pops budú vytvorené v pestrých a lákavých farbách, ktoré ihneď padnú do oka pričom budú zhotovené z rôznych príchuťí.

Okolie vchodových dverí bude obklopené balónovou obručou, ktorá sa bude skladať zo žltých a bielych balónov. Každý balón bude obsahovať logo podniku a budú určené najmä pre deti. Na deti bude vo vnútri čakať aj detský kútik kde sa môžu bezpečne a pohodlne zahrať.

5.10.3 Marketing po otvorení

Podnik by sa mal neustále pripomínať svojim zákazníkom a robiť niečo viac pre nich akoby očakávali. V cukrárni sa budú organizovať predovšetkým detské akcie aj po otváracom dni, ktoré by následne mali prebiehať každú druhú sobotu v mesiaci. Na žiadnej poriadnej zábave pre deti nesmú chýbať detské hry, maľovanie na tvár alebo pečenie formou zábavy.

Marketing sa určite odzrkadlí aj na produktoch, pretože vedenie cukrárne bude chcieť aby sa výrobky prispôbovali jednotlivým sviatkom. Ako napríklad v období Sv. Valentína sa budú piecť a predávať sušienky v tvare srdiečka a podobne.

5.11 Finančný plán cukrárne

Finančný plán má dôležitú výpovednú hodnotu pre podnikateľa, pretože pomocou neho môže zistiť aspoň približne, že ako sa mu bude dariť v podnikaní.

5.11.1 Náklady

Náklady firmy sú tvorené cenou výrobných činiteľov, ktoré sú následne súčasťou vytvoreného produktu. V bakalárskej práci sú náklady rozdelené do štyroch základných skupín.

Náklady na zariadenie - náklady na zariadenie prevádzky predstavujú všetky potrebné veci, ktoré je nevyhnutné zaobstarať ešte pred tým než sa bude samotná prevádzka otvárať. Najväčšiu čiastku v hodnote 3 000€ tvoria výrobné stroje, v ktorých sú zarátané sporáky, elektrické trúby, mixéry a podobne. Naopak najmenšiu čiastku v hodnote 40€ tvorí nákup toaliet. Detailne rozpísané náklady na zariadenie sa nachádzajú v tabuľke č. 3.

Tab. 3: Náklady na zariadenie podniku

| Názov | Cena v € |
|--------------------------|-----------------|
| Stoly | 120 € |
| Stoličky | 520 € |
| Sedacie vaky | 45 € |
| Detský kútik | 48 € |
| Dekorácia | 280 € |
| Pracovný pult | 150 € |
| Vitrína | 1 100 € |
| Kávovar | 900 € |
| Inventár | 1 300 € |
| Skrinky | 320 € |
| Monitor, klávesnica, myš | 200 € |
| EKasa | 240 € |
| Záchody | 40 € |
| Umývadla | 68 € |
| Dezinfekčné potreby | 72 € |
| Výrobné stroje | 3 000 € |
| Výrobné dosky | 480 € |
| Chladničky | 1 100 € |
| Regály | 85 € |
| Spolu | 10 068 € |

Zdroj: vlastné spracovanie

Mzdové náklady - obsahujú všetky mzdy zamestnancov vrátane odvodov do sociálnej a zdravotnej poisťovne. Sčítaním hrubej mzdy a odvodov dostaneme super hrubú mzdu, ktorá bude tvoriť konečný náklad pre podnikateľa. Najvyššie ohodnotený budú dvaja čašníci a ich platové ohodnotenie bude vo výške 680€. A v poslednom rade bude vedenie cukrárne zamestnávať ešte jednu pomocnú silu do kuchyne, ktorá bude dostávať hrubú mzdu vo výške 580€. Mzdové náklady sa nachádzajú v tabuľke č. 4.

Tab. 4: Mzdové náklady

| Pozícia | Hrubá mzda | Odvody do sociálnej a zdravotnej poisťovne | Super hrubá mzda/ náklady celkom |
|---------------|------------|--|-------------------------------------|
| Čašník/čka 1 | 680 € | 239,36 € | 919,36 |
| Čašník/čka 2 | 680 € | 239,36 € | 919,36 |
| Pomocná sila | 580 € | 204,16 € | 784,16€ |
| Celkom | | | 2 622,88 € |

Zdroj: vlastné spracovanie

Mzdy sú na začiatok podnikania primerané mestu a okoliu kde sa bude cukráreň nachádzať. Po určitom čase keď bude cukráreň v plusových číslach, vedenie podniku určite zvýši platy svojim zamestnancom.

Prevádzkové náklady - sú spojené s prevádzkovou činnosťou podniku. Patria sem nájomné vo výške 900€ a s tým spojené energie vo výške 500€. Na prípadné menšie opravy, ktoré by mohli nastať je vyhradených 100€. Najmenšiu čiastku tvorí internet, ktorý bude mesačne stáť 45€. Náklady spojené s prevádzkou sú v tabuľke č. 5.

Tab. 5: Prevádzkové náklady

| Položka | Čiastka za mesiac |
|--------------|-------------------|
| Energie | 500 € |
| Internet | 45 € |
| Nájomné | 900 € |
| Opravy | 100 € |
| Spolu | 1 545 € |

Zdroj: vlastné spracovanie

Marketingové náklady - netvoria veľkú časť nákladov, ale sú ich súčasťou. V marketingových nákladoch sa nachádza balónová obruč, ktorá tvorí najväčšiu časť a je v hodnote 75€. Tlač plagátov je odhadovaný na sumu 30€, pretože návrh si podnikateľ spraví sám a zafinancuje si iba ich tlač. Najmenšiu časť zastáva propagácia v miestnom časopise, ktorá je vo výške 15€. Náklady spojené s marketingom sa nachádzajú v tabuľke č.6.

Tab. 6: Marketingové náklady

| Položka | Cena |
|-------------------------|--------------|
| Balónová obruč | 75 € |
| Propagovanie v časopise | 15 € |
| Tlač plagátov | 30 € |
| Spolu | 120 € |

Zdroj: vlastné spracovanie

5.11.2 Očakávané výnosy

Výnosy predstavujú súčet všetkých peňažných jednotiek, ktoré podnik získal za všetky svoje činnosti za dané obdobie. V tabuľke číslo sedem sa nachádzajú náklady a výnosy z predaja tovaru.

Tab. 7: Plán predaja tovaru

| Názov | Plán predaja v kusoch | | | | | | | Predaj v kusoch celkom | Nákladová cena za kus | Náklady celkom | Predajná cena za kus | Výnosy celkom |
|---|-----------------------|-----|------|-----|------|-------|------|------------------------|-----------------------|-------------------|----------------------|--------------------|
| | I. | II. | III. | I.Q | II.Q | III.Q | IV.Q | | | | | |
| Cappy džús (pomaranč, jahoda, multivitamín) | 84 | 112 | 112 | 308 | 504 | 504 | 504 | 1820 | 0,62 € | 1 128,40 € | 1,50 € | 2 730,00 € |
| Tonic | 84 | 112 | 112 | 308 | 336 | 504 | 504 | 1652 | 0,99 € | 1 635,48 € | 2,10 € | 3 469,20 € |
| Kofola | 112 | 140 | 140 | 392 | 392 | 504 | 504 | 1792 | 0,45 € | 806,40 € | 1,50 € | 2 688,00 € |
| Rajec sýtená | 112 | 140 | 140 | 392 | 392 | 504 | 392 | 1680 | 0,25 € | 420,00 € | 0,80 € | 1 344,00 € |
| Rajec nesýtená | 112 | 112 | 140 | 364 | 364 | 364 | 364 | 1456 | 0,25 € | 364,00 € | 0,80 € | 1 164,80 € |
| Rajec jemne sýtená | 112 | 112 | 140 | 364 | 364 | 504 | 364 | 1596 | 0,25 € | 399,00 € | 0,80 € | 1 276,80 € |
| Sprite | 112 | 140 | 140 | 392 | 392 | 504 | 504 | 1792 | 0,49 € | 878,08 € | 1,50 € | 2 688,00 € |
| Coca Cola | 112 | 140 | 140 | 392 | 392 | 504 | 392 | 1680 | 0,49 € | 823,20 € | 1,50 € | 2 520,00 € |
| Slovakia Chips | 56 | 56 | 56 | 168 | 168 | 252 | 504 | 1092 | 0,65 € | 709,80 € | 1,50 € | 1 638,00 € |
| Arašidy | 56 | 56 | 56 | 168 | 168 | 168 | 168 | 672 | 0,26 € | 174,72 € | 1,10 € | 739,20 € |
| Celkom | | | | | | | | | | 7 339,08 € | | 20 258,00 € |

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka je rozdelená na niekoľko častí. Prvú časť tvorí názov tovaru, ktorý sa bude predávať. Rímske číslice I., II. a III. predstavujú prvé tri mesiace po otvorení a čísla pod nimi predstavujú plán predaja tovaru v kusoch za daný mesiac. Rímskych I.Q až IV.Q značia plán predaja tovaru po kvartáloch. Ostatné časti sú vždy navrchu pomenované. Počet v kusoch bol odhadovaný podľa ročných období. Najväčšie zastúpenie v predaji predstavuje Kofola, Sprite a Cappy džús. Celkové náklady na rok predstavujú čiastku 7 339,08€. Naopak celkové výnosy

za prvý rok podnikania sú 20 258,00€. V druhej tabuľke s číslom osem sa nachádza plán predaja výrobkov cukrárne.

Tab. 8: Plán predaja výrobkov

| Názov | Plán predaja v kusoch | | | | | | | Predaj v kusoch celkom | Nákladová cena za kus | Náklady celkom | Predajná cena za kus | Výnosy celkom |
|----------------------------|-----------------------|-----|------|-----|------|-------|------|------------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| | I. | II. | III. | I.Q | II.Q | III.Q | IV.Q | | | | | |
| Jablkové pité | 112 | 140 | 112 | 364 | 420 | 420 | 420 | 1624 | 0,31 € | 503,44 € | 1,10 € | 1 786,40 € |
| Tvarožník | 112 | 112 | 140 | 364 | 420 | 364 | 420 | 1568 | 0,30 € | 470,40 € | 1,10 € | 1 724,80 € |
| Čokoládové popraskance | 112 | 140 | 140 | 392 | 392 | 504 | 504 | 1792 | 0,23 € | 412,16 € | 0,80 € | 1 433,60 € |
| Bubblegum cupcakes | 140 | 140 | 140 | 420 | 420 | 420 | 420 | 1680 | 0,60 € | 1 008,00 € | 2,00 € | 3 360,00 € |
| Malinovo-tvarohové koláčky | 112 | 112 | 140 | 364 | 420 | 504 | 504 | 1792 | 0,53 € | 949,76 € | 1,60 € | 2 867,20 € |
| Egrešový koláč | 112 | 140 | 140 | 392 | 420 | 420 | 420 | 1652 | 0,44 € | 726,88 € | 1,40 € | 2 312,80 € |
| Hokkaido cheesecake | 112 | 140 | 140 | 392 | 392 | 420 | 420 | 1624 | 0,32 € | 519,68 € | 1,10 € | 1 786,40 € |
| Tiramisa | 112 | 140 | 140 | 392 | 504 | 504 | 392 | 1792 | 0,84 € | 1 505,28 € | 2,00 € | 3 584,00 € |
| Rumové guľky | 112 | 112 | 140 | 364 | 504 | 504 | 504 | 1876 | 0,17 € | 318,92 € | 0,55 € | 1 031,80 € |
| Punčové srdcia | 112 | 112 | 140 | 364 | 504 | 504 | 504 | 1876 | 0,38 € | 712,88 € | 1,20 € | 2 251,20 € |
| Nutella cheesecake | 112 | 140 | 140 | 392 | 504 | 504 | 504 | 1904 | 0,65 € | 1 237,60 € | 2,10 € | 3 998,40 € |
| Malá torta | 8 | 12 | 12 | 32 | 32 | 32 | 32 | 128 | 9,12 € | 1 167,36 € | 38,00 € | 4 864,00 € |
| Stredná torta | 8 | 8 | 8 | 24 | 24 | 24 | 24 | 96 | 19,89 € | 1 909,44 € | 65,00 € | 6 240,00 € |
| Veľká torta | 8 | 8 | 8 | 24 | 24 | 24 | 24 | 96 | 23,20 € | 2 227,20 € | 80,00 € | 7 680,00 € |
| Svadobná torta | 0 | 0 | 1 | 1 | 12 | 12 | 1 | 26 | 52,20 € | 1 357,20 € | 170,00 € | 4 420,00 € |
| Čaj | 168 | 168 | 168 | 504 | 252 | 84 | 504 | 1344 | 0,22 € | 295,68 € | 0,80 € | 1 075,20 € |
| Espresso | 168 | 196 | 196 | 560 | 756 | 756 | 756 | 2828 | 0,26 € | 735,28 € | 1,05 € | 2 969,40 € |
| Doppio | 84 | 84 | 84 | 252 | 420 | 420 | 420 | 1512 | 0,35 € | 529,20 € | 1,20 € | 1 814,40 € |
| Cappuccino | 84 | 112 | 112 | 308 | 336 | 336 | 336 | 1316 | 0,23 € | 302,68 € | 1,20 € | 1 579,20 € |
| Zalievaná káva | 112 | 140 | 140 | 392 | 420 | 420 | 420 | 1652 | 0,26 € | 429,52 € | 1,05 € | 1 734,60 € |
| Celkom | | | | | | | | | | 17 318,56 € | | 58 513,40 € |

Zdroj: vlastné spracovanie

Štruktúra tabuľky a princípy výpočtov sú totožné s predchádzajúcou tabuľkou číslo sedem. Nákladová cena za kus vznikla na základe vopred vypracovaných kalkulácií, ktoré sa nachádzajú v prílohe č. 1. Najväčšie zastúpenie má predaj Nutellového cheesecaku, Rumových guľiek, Punčových srdc a kávy Espresso. Naopak najmenšie zastúpenie má predaj

svadobných tort a to v počte 26 kusov za rok. Predbežné náklady na výrobu výrobkov za rok tvoria čiastku 17 318,56€. Výnosy za predaj výrobkov počas prvého roku podnikania tvoria sumu 58 513,40€.

5.11.3 Počiatočná rozvaha

Počiatočná rozvaha sa vytvára na začiatku zahájenia podnikateľskej činnosti. Rozvaha obsahuje počiatočný stav majetku a zdroje krytia, ktoré budú potrebné na začiatkový rozbeh podnikania. V tabuľke č. 9 sa nachádza zjednodušená počiatočná rozvaha.

Tab. 9: Zjednodušená počiatočná rozvaha

| Rozvaha k 20.12.2020 | | | |
|-----------------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|
| Aktíva | | Pasíva | |
| Dlhodobý majetok | | Vlastné zdroje | |
| DHM | 10 068,00 € | Základný kapitál | 12 103,00 € |
| Obežný majetok | | Cudzie zdroje | |
| Zásoby | 2 035,00 € | Bankový úver | 15 000,00 € |
| Bankový účet | 15 000,00 € | | |
| Aktíva | 27 103,00 € | Pasíva | 27 103,00 € |

Zdroj: vlastné spracovanie

Dlhodobý hmotný majetok predstavuje majetok, ktorý je nevyhnutné kúpiť na zariadenie podniku. Základný kapitál v čiastke 12 103,00€ je tvorený vkladom majiteľky do spoločnosti. O zvyšný potrebný kapitál v čiastke 15 000€ si bude musieť majiteľka požiadať v banke formou úveru. Bližšie informácie o bankovom úvere sú uvedené v tabuľke č. 10.

Tab. 10: Bankový úver

| | |
|----------------------------|-------------|
| Výška úveru | 15 000 € |
| Úroková miera | 8,70% |
| Doba splácania | 5 rokov |
| Interval | 12-mesačný |
| Pravidelná mesačná splátka | 309,20 € |
| Celkovo splatené | 18 551,75 € |
| Zaplatené úroky | 3 551,75 € |

Zdroj: vlastné spracovanie

5.11.4 Výkaz ziskov a strát

Ročný odhad výnosov a nákladov pre rok 2021 sa nachádza v tabuľke č. 11.

Tab. 11: Ročný výkaz ziskov a strát

| Výkaz ziskov a strát k 31.12.2021 | |
|--|--------------|
| Názov | Suma |
| Celkové výnosy | 78 771,40 € |
| Celkové náklady | 88 612,72 € |
| Vstupné náklady | 10 068,00 € |
| Náklady na suroviny | 17 318,56 € |
| Náklady na tovar | 7 339,08 € |
| Osobné náklady | 31 636,68 € |
| Prevádzkové náklady | 18 540,00 € |
| Nákladové úroky | 3 710,40 € |
| Hospodársky výsledok pred zdanením | - 9 841,32 € |
| Daň z príjmu | |
| Hospodársky výsledok po zdanení | - 9 841,32 € |

Zdroj: vlastné spracovanie

Celkové výnosy predstavujú sumu 78 771,40€ pričom nadpolovičnú väčšinu tvoria tržby z predaja vlastných výrobkov.

Celkové náklady sú tvorené vstupnými nákladmi v hodnote 10 068,00€, nákladmi na suroviny v hodnote 17 318,56€, nákladmi na zakúpený tovar v hodnote 7 339,08€, osobnými nákladmi, ktoré v sebe zahŕňajú mzdové náklady v hodnote 31 636,68€, nákladmi na chod prevádzky, ktoré sú fixné a sú v hodnote 18 540,00€ a v poslednom rade sú to nákladové úroky, ktoré budú päť rokov tvoriť časť nákladov v hodnote 3 710,40€.

Hospodársky výsledok po zdanení v prvom roku podnikania vykazuje stratu v celkovej sume -9 841,32€. Táto čiastka zahrňuje v sebe aj náklady na zariadenie, ktoré sú jednorazové. Dá sa predpokladať, že ak sa bude vedeniu cukrárne dariť v podnikaní minimálne tak dobre ako v prvom roku podnikania, tak nasledujúci rok bude cukráreň Lenkine dobroty vykazovať zisk.

ZÁVER

Hlavným cieľom práce bolo na základe spravených analýz navrhnúť reálny projekt na založenie cukrárne Lenkine dobroty v meste Hlohovec na západnom Slovensku.

V teoretickej časti sa mohol čitateľ dozvedieť niečo o histórii, slávnych osobnostiach a o moderných trendoch v cukrárskej výrobe. Najväčším prínosom teoretickej časti boli podkapitoly, v ktorých sa spomínalo podnikanie. Podkapitoly obsahovali dôležité informácie pre budúceho podnikateľa. Pomocou nich sa dokáže do budúca rozhodnúť akú právnu formu podnikania má zvoliť na základe vypísaných výhod a nevýhod. Ak by si chcel čitateľ založiť taktiež cukráreň, v práci sa nachádzal konkrétny návod ako na to.

Jednoznačne najväčším prínosom praktickej časti bola podkapitola Finančný plán, pretože dávala odpoveď na dôležitú otázku, ktorá znela: Je možné založiť cukráreň v meste Hlohovec, ktorá bude dosahovať zisk?

Prvou vypracovanou analýzou bola tzv. SWOT analýza. Jej výsledok bol 0,9 a to sa dá vnímať veľmi pozitívne. Ak je výsledok rovný alebo väčší ako jedna tak z toho možno usúdiť, že podnikanie bude mať zmysel. Na základe daného výsledku boli zvolené nasledujúce stratégie: ofenzívna stratégia, stratégia zameraná na zákazníka a stratégia zaujatia pozície na trhu známa ako positioning. Ofenzívnu stratégiu si podnik vyberie ak jeho silné stránky prevažujú nad slabými stránkami a príležitosti nad hrozbami. Stratégia zameraná na zákazníka spočíva v budovaní obojstranne dobrých vzťahov so zákazníkmi. Navyše sa bude vedenie cukrárne snažiť o vytvorenie podnikovej kultúry a o splnenie všetkých prianí svojich zákazníkov. Poslednou stratégiou je positioning, ktorá je vhodná pre podnikateľov, ktorí sa chcú odlíšiť od konkurencie. Najväčším odlišením od konkurencie bude konanie sa detských akcií dvakrát do mesiaca.

Cukráreň bude založená jedným spoločníkom na základe živnostenského oprávnenia a podnik bude evidovaný ako spoločnosť s ručením obmedzeným. Medzi jej predmety budú patriť napríklad: sprostredkovateľská činnosť v oblasti služieb, výroba nápojov, výroba pekárskejších a cukrárenských výrobkov a tak ďalej.

Získanie čo najväčšieho počtu stálych zákazníkov bolo primárnym cieľom vedenia cukrárne. Sekundárnym cieľom bolo vytvorenie dostatočne vysokej tržby, ktorá sa využije na zaplatenie nájmu, energií, nákupu surovín, ale aj na splácanie úveru.

Podnikateľka bude mať pri založení k dispozícii vlastný kapitál v hodnote 12 103€, ktorý by vystačil iba na nákup zásob na prvý mesiac a na nákup všetkého zariadenia podniku. Preto bude nútená vziať si úver vo výške 15 000€ s úrokovou mierou 8,7% a to na dobu splácania päť rokov.

Po odhadovaných výpočtoch vyšlo žeby podnik mohol dosiahnuť za prvý rok podnikania celkové výnosy vo výške 78 771,40€ a celkové náklady vo výške 88 612,72€. Hospodársky výsledok po zdanení vykazuje stratu v hodnote -9 841,32€. Vstupné náklady, ktoré sú jednorazové predstavujú čiastku 10 068,00€. A to znamená, že ak by sa cukrárni Lenkine dobroty darilo prinajmenšom tak dobre ako prvý rok, tak by každý nasledujúci rok mohla vykazovať zisk.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

- [1] BLÁHA, L., CONKOVÁ, V., KADLEC F. *Cukrářská výroba*. Praha: Informatorium, 2013. ISBN 978-80-7333-096-5.
- [2] VYDAVATELSTVO N PRESS. Denník N. *Náhoda, súdy a čokoláda: Spoznajte príbeh slávnej Sacherovej torty*. [online]. ©2015 [cit. 2020-20-01]. Dostupné z: <https://dennikn.sk/1073397/nahoda-sudy-a-cokolada-spoznajte-pribeh-slavnej-sacherovej-torty/>
- [3] FÓRUM INŠTITÚT PRE VÝSKUM MENŠÍN. Maďari. *Príbeh slávnej Dobošovej torty*. [online]. ©2012-2013 [cit. 2020-20-01]. Dostupné z: <http://madari.sk/magazin/gastromoda/príbeh-slavnej-dobosovej-torty/>
- [4] VILBO EDICIONES Y PUBLICIDAD. So good magazine. *Pierre Herme*. [online]. ©2009-2020 [cit. 2019-12-02]. Dostupné z: <https://www.sogoodmagazine.com/pastry-chefs/pierre-herme/>
- [5] VILBO EDICIONES Y PUBLICIDAD. So good magazine. *Hideki Kawamura*. [online]. ©2009-2020 [cit. 2019-12-02]. Dostupné z: <https://www.sogoodmagazine.com/pastry-chefs/hideki-kawamura/>
- [6] VILBO EDICIONES Y PUBLICIDAD. So good magazine. *Pascal De Deyne*. [online]. ©2009-2020 [cit. 2019-12-02]. Dostupné z: <https://www.sogoodmagazine.com/pastry-chefs/pascal-de-deyne/>
- [7] VILBO EDICIONES Y PUBLICIDAD. So good magazine. *Saray Ruiz*. [online]. ©2009-2020 [cit. 2019-12-02]. Dostupné z: <https://www.sogoodmagazine.com/pastry-chefs/saray-ruiz/>
- [8] HISRIC, R., D., PETERS, M., P. *Založení a řízení nového podniku*. Preložili Stanislav SPANILÝ, David VOLNÝ, Veronika ŽBELOVÁ. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6.
- [9] JEŽKOVÁ, R., KRÁL, D., MAREK, K., TRČKA, L., VÁGNER, I., VINCENCOVÁ, E. *Podnikání a management v malých a středních podnicích: teoretické aspekty a aplikace*. Brno: Akademie Sting, 2015. ISBN 978-80-87482-30-8.

- [10] PODNIKAJTE.SK. Podnikajte.sk. *Čo je potrebné na otvorenie gastronomickej prevádzky (zariadenia spoločného stravovania)?*. [online]. ©2005-2020 [cit. 2019-11-02]. Dostupné z: <https://www.podnikajte.sk/registracne-povinnosti/otvorenie-gastronomickej-prevadzky>
- [11] MARKOVÁ, V. *Malé a stredné podnikanie v Slovenskej republike*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, 2003. ISBN 80-8055-816-7.
- [12] FOTR, J., VACÍK, E., ŠPAČEK, M., SOUČEK, I. *Úspěšná realizace strategie a strategického plánu*. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-271-0434-5.
- [13] ABRAMS, R. *Successful business plan: secrets*. Calif: The Planning Shop, 2010. ISBN 978-193-3895-147.
- [14] WUPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-075-9.
- [15] KLÍNSKÝ, P., MÜNCH, O. *Ekonomika nejen k maturitě*. Praha: Eduko nakladatelství, 2015. ISBN 978-80-88057-11-6.
- [16] MAJTÁN, M. a kolektív. *Manažment*. Bratislava: Ekonom, 2001. ISBN 80-225-1388-1.
- [17] ŠVARCOVÁ, J. *Ekonomie: stručný přehled: teorie a praxe aktuálně a v souvislostech*. Zlín: CEED, 2018. ISBN 978-80-87301-23-4.
- [18] AT CONSULT, s.r.o.. *HACCP v praxi. Čo je HACCP* [online]. ©2015-2020 [cit. 2020-03-11]. Dostupné z: <https://haccpvpraxi.sk/co-je-haccp/>
- [19] MORTIMORE, S., WALLACE, C. *HACCP*. New York: Springer-Verlag, 2015. ISBN 978-1489986405.
- [20] DEMARCO, T., LISTER, T. *Peopleware productive projects and teams*. New York: Dorset House Publishing, 1999. ISBN 978-0932633439.
- [21] VEBER, J., SRPOVÁ, J. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.
- [22] ECONOMIA, a.s.. *Moderní řízení. Desatero rozvoje zaměstnanců*. [online]. ©1996-2020 [cit. 2020-01-12]. Dostupné z: <https://modernirizeni.ihned.cz/c1-21582020-desatero-rozvoje-zamestnancu>

[23] BŘEZINOVÁ, H., MUNZAR, V. *Účetnictví I*. Praha: Institut Svazu účetních, 2003. ISBN 80-86716-00-7.

[24] PODNIKAJTE, s.r.o.. Podnikajte. *Plán peňazných tokov (checklist)*. [online]. ©2005-2020 [cit. 2020-01-12]. Dostupné z: <https://www.podnikajte.sk/financny-manazment/plan-penaznych-tokov>

ZOZNAM OBRÁZKOV

| | |
|--|----|
| Obr. 1: Logo podniku..... | 36 |
| Obr. 2: Návrh dispozičného riešenia..... | 38 |
| Obr. 3: Otváracie hodiny cukrárne | 39 |
| Obr. 4: Organizačná štruktúra..... | 43 |
| Obr. 5: Návrh plagátu | 44 |

ZOZNAM TABULIEK

| | |
|--|----|
| Tab. 1: SWOT tabuľka | 28 |
| Tab. 2: Vyhodnotenie SWOT tabuľky..... | 29 |
| Tab. 3: Náklady na zariadenie podniku | 46 |
| Tab. 4: Mzdové náklady | 46 |
| Tab. 5: Prevádzkové náklady..... | 47 |
| Tab. 6: Marketingové náklady | 47 |
| Tab. 7: Plán predaja tovaru | 48 |
| Tab. 8: Plán predaja výrobkov | 49 |
| Tab. 9: Zjednodušená počiatočná rozvaha..... | 50 |
| Tab. 10: Bankový úver..... | 50 |
| Tab. 11: Ročný výkaz ziskov a strát | 51 |

PRÍLOHY

Príloha č. 1: Kalkulácie výrobkov

| Názov výrobku: | | | Jablkové pité | | |
|-------------------------------|---|----|------------------|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | |
| 0,25 | | | polohrubá múka | 0,38 € | 0,095 € |
| 0,125 | | | maslo | 5,56 € | 0,695 € |
| 0,75 | | | práškový cukor | 0,59 € | 0,44 € |
| | | 1 | Vajce | 0,11 € | 0,11 € |
| | | 1 | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,08 € |
| 0,75 | | | jablká | 1,30 € | 0,975 € |
| 0,1 | | | vlašské orechy | 5,99 € | 0,60 € |
| | | 1 | škoricový cukor | 0,15 € | 0,15 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 3,147 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,31 € |

| Názov výrobku: | | | Tvarožník | | |
|-------------------------------|---|----|------------------|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | |
| 0,4 | | | hladká múka | 0,38 € | 0,15 € |
| | | 1 | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,08 € |
| 0,12 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 0,06 € |
| | | 1 | vajce | 0,11 € | 0,11 € |
| 0,25 | | | maslo | 5,56 € | 1,39 € |
| 0,001 | | | Soľ | 0,37 € | 0,00 € |
| 0,5 | | | tvaroh | 2,00 € | 1,00 € |
| 0,05 | | | práškový cukor | 0,70 € | 0,04 € |
| | | 2 | žĺtky | 0,11 € | 0,22 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 3,04 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,30 € |

| Názov výrobku: | | | Čokoládové popraskance | | | |
|-------------------------------|---|----|------------------------|------------------------|------------------|--------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 0,23 | | | horká čokoláda | 7,15 € | 1,64 € | |
| 0,06 | | | maslo | 5,56 € | 0,33 € | |
| 0,1 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 0,05 € | |
| | | 2 | vajcia | 0,11 € | 0,22 € | |
| 0,23 | | | hladká múka | 0,38 € | 0,09 € | |
| 0,002 | | | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,00016 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | | 2,33 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | | 0,23 € |

| Názov výrobku: | | | Bubblegum cupcakes | | | |
|-------------------------------|------|----|------------------------|------------------------|------------------|--------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 0,3 | | | hladká múka | 0,38 € | 0,11 € | |
| 0,15 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 0,07 € | |
| 0,001 | | | soľ | 0,37 € | 0,0004 € | |
| | 0,2 | | mlieko | 0,46 € | 0,09 € | |
| | 0,05 | | olej | 1,13 € | 0,06 € | |
| 0,1 | | | maslo | 5,56 € | 0,56 € | |
| 0,025 | | | jogurt | 1,73 € | 0,04 € | |
| | | 2 | vajcia | 0,11 € | 0,22 € | |
| | | 1 | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,08 € | |
| 0,028 | | | želatína | 19,99 € | 0,56 € | |
| | 0,12 | | voda | 0,00 € | 0,00 € | |
| | | 1 | farbivo | 1,00 € | 1,00 € | |
| 0,1 | | | kokos | 3,19 € | 0,32 € | |
| 0,1 | | | biela čokoláda | 8,30 € | 0,83 € | |
| | | 10 | marcipánová postavička | 0,20 € | 2,00 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | | 5,94 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | | 0,60 € |

| Názov výrobku: | | | Malinovo-tvarohové koláčky | | |
|-------------------------------|---|----|----------------------------|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | |
| 0,14 | | | maslo | 5,56 € | 0,78 € |
| | | 4 | vajcia | 0,11 € | 0,44 € |
| 0,15 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 0,07 € |
| | | 1 | vanilkový puding | 0,45 € | 0,45 € |
| 0,006 | | | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,00048 € |
| 0,02 | | | semolina | 0,87 € | 0,017 € |
| 0,5 | | | nízkotučný tvaroh | 2,00 € | 1,00 € |
| 0,2 | | | maliny | 12,72 € | 2,54 € |
| 0,01 | | | práškový cukor | 0,70 € | 0,007 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 5,31 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,53 € |

| Názov výrobku: | | | Egrešový koláč | | |
|-------------------------------|------|----|---------------------|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | |
| 0,15 | | | hladká múka | 0,38 € | 0,06 € |
| | | 1 | vajcia | 0,11 € | 0,11 € |
| 0,1 | | | maslo | 5,56 € | 0,56 € |
| 0,15 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 0,07 € |
| | | 1 | vanilkový cukor | 0,22 € | 0,22 € |
| 0,36 | | | egreše | 6,00 € | 2,16 € |
| | 0,25 | | smotana na šľahanie | 3,04 € | 0,76 € |
| | | 2 | vajcia | 0,11 € | 0,22 € |
| | | 1 | vanilkový cukor | 0,22 € | 0,22 € |
| 0,01 | | | práškový cukor | 0,59 € | 0,01 € |
| 0,1 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 0,05 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 4,43 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,44 € |

| Názov výrobku: | | | Hokkaido cheesecake | | | |
|-------------------------------|---|----|---------------------|------------------------|------------------|--------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 0,4 | | | tekvica hokkaido | 1,75 € | 0,70 € | |
| 0,5 | | | tvaroh jemný | 2,00 € | 1,00 € | |
| | | 3 | vajcia | 0,11 € | 0,33 € | |
| 0,03 | | | kakao | 5,99 € | 0,18 € | |
| 0,02 | | | med | 5,58 € | 0,11 € | |
| 0,015 | | | škoricá mletá | 12,46 € | 0,19 € | |
| 0,02 | | | zázvor mletý | 26,91 € | 0,54 € | |
| | | 1 | vanilkový cukor | 0,22 € | 0,22 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | | 3,27 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | | 0,32 € |

| Názov výrobku: | | | Tiramisa | | | |
|-------------------------------|-------|----|------------------------|------------------------|------------------|--------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 0,35 | | | dlhé cukrárske piškoty | 4,50 € | 1,58 € | |
| | 0,045 | | práškový cukor | 0,59 € | 0,03 € | |
| | | 2 | vanilkový cukor | 0,22 € | 0,44 € | |
| | | 5 | vajcia | 0,11 € | 0,55 € | |
| | 0,5 | | smotana na šľahanie | 3,04 € | 1,52 € | |
| 0,5 | | | mascarpone | 7,18 € | 3,59 € | |
| 0,03 | | | kakao | 5,99 € | 0,18 € | |
| | 0,1 | | čierna káva | 5,00 € | 0,50 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | | 8,38 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | | 0,84 € |

| Názov výrobku: | | | Rumové guľky | | |
|-------------------------------|-----|----|-----------------|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | |
| 0,25 | | | piškotové cesto | 0,00 € | 0,00 € |
| 0,1 | | | práškový cukor | 0,59 € | 0,06 € |
| 0,07 | | | džem | 3,24 € | 0,23 € |
| 0,01 | | | kakao | 5,99 € | 0,06 € |
| 0,05 | | | maslo | 5,56 € | 0,28 € |
| | 0,1 | | rum | 4,00 € | 0,40 € |
| 0,15 | | | kokos | 4,50 € | 0,68 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 1,70 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,17 € |

| Názov výrobku: | | | Punčové srdcia | | |
|-------------------------------|-------|----|------------------|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | |
| | | 8 | vajcia | 0,11 € | 0,88 € |
| 0,5 | | | práškový cukor | 0,59 € | 0,30 € |
| | 0,18 | | mlieko | 0,46 € | 0,08 € |
| | 0,15 | | olej | 1,13 € | 0,17 € |
| 0,45 | | | polohrubá múka | 0,38 € | 0,17 € |
| | | 1 | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,08 € |
| 0,002 | | | soľ | 0,37 € | 0,0007 € |
| | 0,1 | | rum | 4,00 € | 0,40 € |
| | | 1 | farbivo | 1,00 € | 1,00 € |
| 0,2 | | | džem | 3,24 € | 0,65 € |
| | 0,025 | | citrónová šťava | 1,95 € | 0,05 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 3,78 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,38 € |

| Názov výrobku: | | | Nutella cheesecake | | | |
|-------------------------------|---|----|--------------------|------------------------|------------------|--|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 0,28 | | | maslové sušienky | 4,23 € | 1,18 € | |
| 0,075 | | | maslo | 5,56 € | 0,42 € | |
| 0,025 | | | nutella | 5,00 € | 0,13 € | |
| 0,45 | | | mascarpone | 7,18 € | 3,23 € | |
| 0,2 | | | lieskové orechy | 7,45 € | 1,49 € | |
| 0,1 | | | práškový cukor | 0,59 € | 0,06 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 6,51 € | |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,65 € | |

| Názov výrobku: | | | Malý korpus I. | | | |
|-------------------------------|------|----|------------------|------------------------|------------------|--|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 1,6 | | | polohrubá múka | 0,38 € | 0,61 € | |
| 1,4 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 0,67 € | |
| | 0,15 | | olej | 1,13 € | 0,17 € | |
| | 0,15 | | voda | 0,00 € | 0,00 € | |
| | | 40 | vajcia | 0,11 € | 4,40 € | |
| | | 10 | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,80 € | |
| | | 10 | vanilkový cukor | 0,22 € | 2,20 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 8,85 € | |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,89 € | |

| Názov výrobku: | | | Malý korpus II. | | | |
|-------------------------------|------|----|------------------|------------------------|------------------|--|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 1,6 | | | polohrubá múka | 0,38 € | 0,61 € | |
| 1,4 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 0,67 € | |
| | 0,45 | | olej | 1,13 € | 0,51 € | |
| | 0,45 | | voda | 0,00 € | 0,00 € | |
| | | 40 | vajcia | 0,11 € | 4,40 € | |
| | | 10 | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,80 € | |
| | | 10 | vanilkový cukor | 0,22 € | 2,20 € | |
| 0,2 | | | kakao | 5,99 € | 1,20 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 10,39 € | |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 1,04 € | |

| Názov výrobku: | | | Malý korpus III. | | | |
|-------------------------------|------|----|------------------|------------------------|------------------|---------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 1,5 | | | polohrubá múka | 0,38 € | 0,570 € | |
| 1,4 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 0,67 € | |
| | 0,45 | | olej | 1,13 € | 0,51 € | |
| | 0,45 | | voda | 0,00 € | 0,00 € | |
| | | 40 | vajcia | 0,11 € | 4,40 € | |
| | | 10 | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,80 € | |
| | | 10 | vanilkový cukor | 0,22 € | 2,20 € | |
| 0,5 | | | mleté orechy | 5,99 € | 3,00 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | | 12,15 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | | 1,21 € |

| Názov výrobku: | | | Stredný korpus I. | | | |
|-------------------------------|------|----|-------------------|------------------------|------------------|---------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 2,4 | | | polohrubá múka | 0,38 € | 0,91 € | |
| 2,4 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 1,15 € | |
| | 0,75 | | olej | 1,13 € | 0,85 € | |
| | 0,75 | | voda | 0,00 € | 0,00 € | |
| | | 60 | vajcia | 0,11 € | 6,60 € | |
| | | 10 | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,80 € | |
| | | 10 | vanilkový cukor | 0,22 € | 2,20 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | | 12,51 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | | 1,25 € |

| Názov výrobku: | | | Stredný korpus II. | | | |
|-------------------------------|------|----|--------------------|------------------------|------------------|---------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 2,4 | | | polohrubá múka | 0,38 € | 0,91 € | |
| 2,4 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 1,15 € | |
| | 0,75 | | olej | 1,13 € | 0,85 € | |
| | 0,75 | | voda | 0,00 € | 0,00 € | |
| | | 60 | vajcia | 0,11 € | 6,60 € | |
| | | 10 | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,80 € | |
| | | 10 | vanilkový cukor | 0,22 € | 2,20 € | |
| 0,4 | | | kakao | 5,99 € | 2,40 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | | 14,91 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | | 1,49 € |

| Názov výrobku: | | | Stredný korpus III. | | | |
|-------------------------------|------|----|---------------------|--|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | | |
| 2,3 | | | polohrubá múka | | 0,38 € | 0,874 € |
| 2,4 | | | kryštálový cukor | | 0,48 € | 1,15 € |
| | 0,75 | | olej | | 1,13 € | 0,85 € |
| | 0,75 | | voda | | 0,00 € | 0,00 € |
| | | 60 | vajcia | | 0,11 € | 6,60 € |
| | | 10 | prášok do pečiva | | 0,08 € | 0,80 € |
| | | 10 | vanilkový cukor | | 0,22 € | 2,20 € |
| 1 | | | mleté orechy | | 5,99 € | 5,99 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | | 18,46 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | | 1,85 € |

| Názov výrobku: | | | Veľký korpus I. | | | |
|-------------------------------|---|----|------------------|--|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | | |
| 4 | | | polohrubá múka | | 0,38 € | 1,52 € |
| 3,8 | | | kryštálový cukor | | 0,48 € | 1,82 € |
| | 1 | | olej | | 1,13 € | 1,13 € |
| | 1 | | voda | | 0,00 € | 0,00 € |
| | | 70 | vajcia | | 0,11 € | 7,70 € |
| | | 10 | prášok do pečiva | | 0,08 € | 0,80 € |
| | | 10 | vanilkový cukor | | 0,22 € | 2,20 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | | 15,17 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | | 1,51 € |

| Názov výrobku: | | | Veľký korpus II. | | | |
|-------------------------------|---|----|------------------|--|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | | |
| 4 | | | polohrubá múka | | 0,38 € | 1,52 € |
| 3,8 | | | kryštálový cukor | | 0,48 € | 1,82 € |
| | 1 | | olej | | 1,13 € | 1,13 € |
| | 1 | | voda | | 0,00 € | 0,00 € |
| | | 70 | vajcia | | 0,11 € | 7,70 € |
| | | 10 | prášok do pečiva | | 0,08 € | 0,80 € |
| | | 10 | vanilkový cukor | | 0,22 € | 2,20 € |
| 0,6 | | | kakao | | 5,99 € | 3,59 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | | 18,77 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | | 1,88 € |

| Názov výrobku: | | | Veľký korpus III. | | | |
|-------------------------------|---|----|-------------------|------------------------|------------------|--|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 3,9 | | | polohrubá múka | 0,38 € | 1,482 € | |
| 3,8 | | | kryštálový cukor | 0,48 € | 1,82 € | |
| | 1 | | olej | 1,13 € | 1,13 € | |
| | 1 | | voda | 0,00 € | 0,00 € | |
| | | 70 | vajcia | 0,11 € | 7,70 € | |
| | | 10 | prášok do pečiva | 0,08 € | 0,80 € | |
| | | 10 | vanilkový cukor | 0,22 € | 2,20 € | |
| 1,5 | | | mleté orechy | 5,99 € | 8,99 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 24,12 € | |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 2,41 € | |

| Názov výrobku: | | | Čokoládová plnka | | | |
|-------------------------------|---|----|---------------------|------------------------|------------------|--|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| | 3 | | mlieko | 0,46 € | 2,10 € | |
| 0,25 | | | práškový puding | 7,48 € | 1,87 € | |
| | | 20 | žĺtky | 0,11 € | 2,20 € | |
| 3 | | | horká čokoláda | 7,15 € | 21,45 € | |
| | 3 | | smotana na šľahanie | 3,04 € | 10,95 € | |
| | | 20 | vanilkový cukor | 0,22 € | 4,40 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 42,97 € | |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 4,30 € | |

| Názov výrobku: | | | Smotanová plnka | | | |
|-------------------------------|---|----|---------------------|------------------------|------------------|--|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| | 5 | | smotana na šľahanie | 3,04 € | 15,20 € | |
| 5 | | | jemný tvaroh | 2,00 € | 10,00 € | |
| 0,5 | | | práškový puding | 7,48 € | 3,74 € | |
| | | 10 | vanilkový cukor | 0,22 € | 2,20 € | |
| 2,5 | | | kyslá smotana | 1,90 € | 4,75 € | |
| 0,2 | | | práškový cukor | 0,59 € | 0,12 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 36,01 € | |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 3,60 € | |

| Názov výrobku: | | | Maslová plnka | | |
|-------------------------------|---|----|-----------------|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | |
| | 2 | | mlieko | 0,46 € | 0,92 € |
| 0,3 | | | práškový puding | 7,48 € | 2,24 € |
| 2 | | | maslo | 5,56 € | 11,12 € |
| 1 | | | práškový cukor | 0,59 € | 0,59 € |
| | | 10 | vanilkový cukor | 0,22 € | 2,20 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 17,07 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 1,70 € |

| Názov výrobku: | | | Marcipánová hmota | | |
|-------------------------------|---|----|-------------------|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | |
| 10 | | | Marcipánová hmota | 7,00 € | 70,00 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 70,00 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 7,00 € |

| Názov výrobku: | | | Čaj | | |
|-------------------------------|-----|----|------------------|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | |
| | | 10 | porcovaný čaj | 0,20 € | 2,00 € |
| | 1,8 | | voda | 0,00 € | 0,00 € |
| | | 20 | porciovaný cukor | 0,01 € | 0,20 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 2,20 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,22 € |

| Názov výrobku: | | | Espresso | | |
|-------------------------------|-----|----|------------------|------------------------|------------------|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo |
| kg | l | ks | | | |
| 0,07 | | | zrnková káva | 13,30 € | 0,93 € |
| | 0,3 | | voda | 0,00 € | 0,00 € |
| | | 20 | porciovaný cukor | 0,01 € | 0,20 € |
| | 0,2 | | maresi mlieko | 7,36 € | 1,47 € |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 2,60 € |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,26 € |

| Názov výrobku: | | | Doppio | | | |
|-------------------------------|-----|----|------------------|------------------------|------------------|--|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 0,14 | | | zrnková káva | 13,30 € | 1,86 € | |
| | 0,6 | | voda | 0,00 € | 0,00 € | |
| | | 20 | porciovaný cukor | 0,01 € | 0,20 € | |
| | 0,2 | | maresi mlieko | 7,36 € | 1,47 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 3,53 € | |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,35 € | |

| Názov výrobku: | | | Cappuccino | | | |
|-------------------------------|---|----|------------------|------------------------|------------------|--|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 0,07 | | | zrnková káva | 13,30 € | 0,93 € | |
| | | 20 | porciovaný cukor | 0,01 € | 0,20 € | |
| | 1 | | mlieko | 1,00 € | 1,00 € | |
| 0,01 | | | mletá škorica | 20,00 € | 0,20 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 2,33 € | |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,23 € | |

| Názov výrobku: | | | Zalievaná káva | | | |
|-------------------------------|-----|----|------------------|------------------------|------------------|--|
| Množstvo | | | Surovina | Cena za mernú jednotku | Cena za množstvo | |
| kg | l | ks | | | | |
| 0,07 | | | zrnková káva | 13,30 € | 0,93 € | |
| | 1,8 | | voda | 0,00 € | 0,00 € | |
| | | 20 | porciovaný cukor | 0,01 € | 0,20 € | |
| | 0,2 | | maresi mlieko | 7,36 € | 1,47 € | |
| Surovinové náklady na 10 osôb | | | | | 2,60 € | |
| Surovinové náklady na 1 osobu | | | | | 0,26 € | |