

# **Podnikateľský plán – založenie a prevádzka baru**

**Bakalárska práca**

**Vedúci bakalárskej práce:**

**doc. Ing. Gabriela Chmelíková, Ph.D.**

**Vypracoval:**

**Igor Vreštiak**

**Brno 2016**

## Čestné prehlásenie

Prehlasujem, že som túto prácu: **Podnikateľský plán**

vypracoval samostatne a všetky použité pramene a informácie sú uvedené v zozname použitej literatúry. Súhlasím, aby moja práca bola zverejnená v súlade s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách v znení neskorších predpisov, a v súlade s platnou *Směrnici o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Som si vedomý, že sa na moju prácu vzťahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brne má právo na uzavretie licenčnej zmluvy a použitie tejto práce ako školného diela podľa § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Ďalej se zaväzujem, že pred spísaním licenčnej zmluvy o využitie diela inou osobou (subjektom) si vyžiadam písomné stanovisko univerzity o tom, že predmetná licenčná zmluva není v rozpore s oprávnenými záujmami univerzity, a zaväzujem sa uhradiť prípadný príspevok na úhradu nákladov spojených so vznikom diela, a to až do ich skutočnej výšky.

V Brne dňa:

\_\_\_\_\_

Igor Vreštiak

Na tomto mieste by som sa rád poďakoval vedúcej bakalárskej práce doc. Ing. Gabriele Chmelíkovej, Ph.D. za odborné vedenie práce a za trpezlivosť pri jej tvorení.

### **Abstrakt**

Predmetom bakalárskej práce je zostavenie podnikateľského plánu pre bar. Práca pozostáva z úvodných teoretických poznatkov a nasleduje analýzou konkurencie a tržného prostredia. V teoretickej časti sú vymedzené súvisiace pojmy a nakoniec obsah podnikateľského plánu na založenie podniku. Cieľom podnikateľského plánu je založiť plne fungujúcu spoločnosť.

### **Kľúčové slová**

Podnikateľský plán, založenie obchodnej spoločnosti, podnikanie, podnikový management, konkurencieschopnosť

### **Abstract**

The subject of bachelor thesis is to write a business plan for a bar. This work consists of theoretical knowledge followed by an analysis of the competition and market environment. In the theoretical part related terms are defined, and at the end of the thesis, I have included a financial plan to establish a business. The aim of the business plan is to establish a fully functioning company.

### **Keywords**

Business plan, construction of commercial company, business, business management, competitiveness

## Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b> .....	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Teoretická časť</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1</b>	<b>Definovanie základných pojmov</b> .....	<b>9</b>
2.1.1	Podnikanie .....	9
2.1.2	Podnikateľský plán .....	9
2.1.3	Podnikateľ .....	10
2.1.4	Malé a stredné podniky .....	10
<b>2.2</b>	<b>Prehľad právnych foriem podľa zákona o korporáciách</b> .....	<b>10</b>
2.2.1	Spoločnosť s ručením obmedzeným .....	11
2.2.2	Spôsob založenia s.r.o. ....	12
2.2.3	Orgány spoločnosti s ručením omezeným.....	14
2.2.4	Náklady na založenie spoločnosti s ručením obmedzeným .....	15
2.2.5	Zvláštne podmienky prevádzkovania živnosti .....	16
<b>2.3</b>	<b>Štruktúra podnikateľského plánu</b> .....	<b>20</b>
2.3.1	Titulná strana .....	20
2.3.2	Zhrnutie projektu .....	20
2.3.3	Opis firmy.....	20
2.3.4	Manažment (organizačný plán) .....	20
2.3.5	Trh a konkurencia.....	21
2.3.6	Marketing .....	21
2.3.7	Hodnotenie rizík .....	25
2.3.8	Finančný plán .....	27
2.3.9	Prílohy .....	28
<b>2.4</b>	<b>Cashflow</b> .....	<b>28</b>
<b>2.5</b>	<b>Metódy hodnotenia investícií</b> .....	<b>29</b>
2.5.1	Statické metódy .....	29
2.5.2	Dynamické metódy.....	30
<b>3</b>	<b>Praktická časť</b> .....	<b>34</b>
<b>3.1</b>	<b>Titulná strana</b> .....	<b>34</b>

<b>3.2</b>	<b>Opis firmy</b>	<b>35</b>
3.2.1	Predmet podnikateľskej aktivity	35
3.2.2	Založenie spoločnosti s ručením obmedzeným	36
3.2.3	Priestorové zaistenie	38
3.2.4	Stroje a zariadenie	39
3.2.5	SWOT analýza	41
3.2.6	Stratégia podniku	42
<b>3.3</b>	<b>Manažment (organizačný plán)</b>	<b>43</b>
3.3.1	Systém riadenia	43
3.3.2	Zamestnanci	44
<b>3.4</b>	<b>Trh a konkurencia</b>	<b>45</b>
3.4.1	Rozbor konkurencie	45
3.4.2	Dodávatelia	48
<b>3.5</b>	<b>Marketing</b>	<b>50</b>
3.5.1	Marketingový plán	50
<b>3.6</b>	<b>Finančný plán</b>	<b>53</b>
3.6.1	Zdroje financovania	53
3.6.2	Výnosy	53
3.6.3	Náklady	54
3.6.4	Hospodársky výsledok	56
3.6.5	Cash flow	56
3.6.6	Ekonomické ukazatele	57
<b>3.7</b>	<b>Hodnotenie rizík</b>	<b>59</b>
<b>4</b>	<b>Záver</b>	<b>60</b>
<b>5</b>	<b>Zoznam použitej literatúry</b>	<b>61</b>
<b>6</b>	<b>Zoznam obrázkov</b>	<b>65</b>
<b>7</b>	<b>Zoznam tabuliek</b>	<b>65</b>
<b>8</b>	<b>Zoznam príloh</b>	<b>66</b>

# 1 Úvod

Pre úspech v podnikaní v každom odbore je veľmi dôležitý počiatočný nápad a najmä dbanie na dôsledné vytvorenie podnikateľského plánu. Ten by mal byť neoddeliteľnou súčasťou rozhodovania podnikateľa, ktorý má v pláne realizovať svoj podnikateľský zámer. Vďaka podnikateľskému plánu si podnikatelia dokážu určiť a ujasniť či je daný zámer realizovateľný, či spĺňa ekonomické predstavy a či možno očakávať zhodnotenie vložených prostriedkov do podnikania. Slúži taktiež k analýze a identifikácii potenciálnych hrozieb alebo komplikácií, ktoré je možné včasne odhaliť a poprípade odstrániť.

Táto bakalárska práca je zameraná na vytvorenie podnikateľského plánu pre fiktívnu firmu Zig Zag s.r.o. Jedná sa o podnik, ktorý je zameraný na predaj alkoholických a nealkoholických nápojov s rozšírenou ponukou piva. Samotný podnik bude situovaný v centre Brna, čím získava výhodné postavenie s dobrou dostupnosťou pre potenciálnych zákazníkov. Vytvorenie podnikateľského plánu je z hľadiska úspechu firmy veľmi dôležité. Práca je rozdelená na teoretickú a praktickú časť. Pozornosť bola kladená najmä na oblasť finančnej analýzy a marketingu.

Cieľom bakalárskej práce je vytvorenie a vyhodnotenie podnikateľského plánu pre novovznikajúci podnikateľský subjekt. Na tento podnikateľský plán boli aplikované teoretické vedomosti zo zakladania obchodnej spoločnosti a analýza finančnej situácie.

V teoretickej časti bakalárskej práce je popis jednotlivých pojmov súvisiacich s vytvorením podnikateľského plánu. Je tu definovaný podnikateľský plán, čo umožňuje a prečo je výhodné jeho zostavenie pred samotným založením spoločnosti. Nasleduje rozbor druhov podnikania, spôsob založenia spoločnosti s ručením obmedzeným, štruktúra podnikateľského plánu a informácie potrebné k zostaveniu finančného plánu.

V praktickej časti bakalárskej práce je vytvorenie samotného podnikateľského plánu na základe teoretických znalostí spoločne s finančným plánom a predpokladaným vývojom do budúcnosti. V úvodnej časti je opísaný postup pre založenie spoločnosti s ručením

obmedzeným a dokumenty, ktoré je potrebné mať pri zakladaní. V ďalšej kapitole je nastienená potreba zamestnancov, organizácia a systém riadenia podniku. Nasleduje rozbor konkurencie, kde sú definované podniky, ktoré sa nachádzajú v blízkosti baru, ich silné a slabé stránky a na čo sú zamerané. Finančný plán sa skladá z predpokladaných nákladov a výnosov, ktoré môže podnik očakávať a taktiež je tu nastienená predikcia vývoja do budúcich rokov. Na záver sú popísané reálne riziká, ktoré môžu pre podnik nastať.



## 2 Teoretická časť

### 2.1 Definovanie základných pojmov

#### 2.1.1 Podnikanie

Pojem „podnikanie“ (enterprise) v posledných pätnástich rokoch celkom zdomácnel v bežnom slovníku, napriek tomu jeho interpretácia nie je až tak jednoduchá:

- Ekonomické poňatie – podnikanie je zapojenie ekonomických zdrojov a iných aktivít tak, aby sa zvýšila ich pôvodná hodnota.
- Psychologické poňatie – podnikanie je činnosť motivovaná potrebou niečo získať, niečoho dosiahnuť, vyskúšať si niečo, niečo splniť.
- Sociologické poňatie – podnikanie je vytváraním blahobytu pre všetkých zainteresovaných, k hľadaniu cesty k dokonalejšiemu využitiu zdrojov, vytváraniu pracovných miest a príležitostí.
- Právnické poňatie – podnikaním sa rozumie sústavná činnosť robená samostatne podnikateľom, vlastným menom a na vlastnú zodpovednosť za účelom dosiahnutia zisku (Veber, Srpová a kol., 2012).

#### 2.1.2 Podnikateľský plán

Podnikateľský plán je písomný materiál spracovaný podnikateľom, popisujúci všetky kľúčové vonkajšie a vnútorné faktory súvisiace so založením a chodom podniku. Podnikateľský plán umožňuje porovnať podnikateľské plány s realitou a pokiaľ sa líšia, identifikovať, kde sa líšia, v akej miere a prečo. Podnikateľský plán pomáha plánovať výdaje a teda v konečnom dôsledku získať lepšie podmienky od dodávateľov či napríklad leasingových spoločností. Pokiaľ sa podniku darí dobre, podnikateľský plán ukáže, kedy začne zvýšený predaj vyžadovať aj vyšší prevádzkový kapitál. Naopak pokiaľ sa podniku nedarí, podnikateľský plán upozorní, že je potreba situáciu okamžite riešiť, aby podnik dodržal svoje obchodné záväzky (Koráb a kol., 2008).

### **2.1.3 Podnikateľ**

Podľa Vebera a Srpovej (2005) existuje v prípade vymedzenia pojmu podnikateľ rada definícií:

- osoba realizujúca podnikateľské aktivity s rizikom rozšírenia alebo straty vlastného kapitálu,
- osoba schopná rozpoznať príležitosti, mobilizovať a využívať zdroje a prostriedky k dosiahnutiu stanovených cieľov a ochotná podstúpiť tomu zodpovedajúce riziká,
- iniciátor a nositeľ podnikania – investuje svoje prostriedky, čas, úsilie a meno, preberá zodpovednosť, nesie riziko s cieľom dosiahnuť svojho finančného a osobného uspokojenia.

### **2.1.4 Malé a stredné podniky**

Je nespornou skutočnosťou, že v štruktúre všetkých podnikov tvoria malé a stredné podniky drvivú väčšinu. V Európe operuje 19 miliónov malých a stredných podnikov, ktoré predstavujú 99,8 % všetkých podnikov v EU a zamestnávajú viac ako 74 miliónov ľudí. Malé a stredné firmy v ČR predstavujú 99,8% všetkých firiem (Veber, Srpová a kol., 2012).

## **2.2 Prehľad právnych foriem podľa zákona o korporáciách**

Podľa zákona o obchodných korporáciách č. 90/2012 Sb. sú obchodnými korporáciami obchodné spoločnosti (ďalej len „spoločnosť“) a družstvá. Spoločnosťami sú verejná obchodná spoločnosť a komanditná spoločnosť, spoločnosť s ručením obmedzeným, akciová spoločnosť, európska spoločnosť a európske hospodárske záujmové združenie. Družstvami sú družstvo a európska družstevná spoločnosť.

Obchodná korporácia sa zakladá spoločenskou zmluvou. Spoločenská zmluva, ktorou sa zakladá kapitálová spoločnosť, vyžaduje formu verejnej listiny. Spoločenská zmluva, ktorou sa zakladá družstvo podľa tohto zákona, sa uzatvára prijatím ustavujúcej schôdze. Ak pripúšťa právny predpis, aby spoločnosť založil jediný zakladateľ, zakladá sa zakladateľskou listinou zriadenou vo forme verejnej listiny.

Verejná obchodná spoločnosť je spoločnosť aspoň dvoch osôb, ktoré sa účastnia na jej podnikaní alebo správe jej majetku a ručia za jej dlhy spoločne a nerozdielne. Firma obsahuje označenie „verejná obchodná spoločnosť“, ktoré môže byť nahradené skratkou „ver. obch. spol.“ alebo „v. o. s.“. Ak firma obsahuje meno aspoň jedného zo spoločníkov, postačí označenie „a spol.“.

Komanditná spoločnosť je spoločnosť, ktorej aspoň jeden spoločník ručí za jej dlhy obmedzene „komanditista“ a aspoň jeden spoločník neobmedzene „komplementár“.

Firma obsahuje označenie „komanditná spoločnosť“, ktoré môže byť nahradené skratkou „kom. spol.“ alebo „k. s.“. Komanditista, ktorého meno je uvedené vo firme, ručí za dlhy spoločnosti ako komplementár. Ustanovenie § 95 odst. 3 sa na postavenie komanditistu nepoužije ak spoločenská zmluva určí inak.

Akciová spoločnosť je spoločnosť, ktorej základný kapitál je rozvrhnutý na určitý počet akcií. Firma obsahuje označenie „akciová spoločnosť“, ktoré môže byť nahradené skratkou „akc. spol.“ alebo „a. s.“.

Družstvo je spoločenstvo neuzavretého počtu osôb, ktoré je založené za účelom vzájomnej podpory svojich členov alebo tretích osôb, prípadne za účelom podnikania. Družstvo má najmenej troch členov a firma obsahuje označenie „družstvo“.

Definícia spoločnosti s ručením obmedzeným je uvedená v nasledujúcej kapitole.

### 2.2.1 Spoločnosť s ručením obmedzeným

Podľa zákona o obchodných korporáciách č. 90/2012 Sb. je v IV. hlave definovaná spoločnosť s ručením obmedzeným ako spoločnosť, za ktorej dlhy ručia spoločníci spoločne a nerozdielne do výšky, v akej nesplnili vkladové povinnosti podľa stavu zapísaného v obchodnom registri v dobe, kedy boli veriteľom vyzvaní k plneniu. Firma obsahuje označenie „spoločnosť s ručením obmedzeným“, ktoré môže byť nahradené skratkou „spol. s r.o.“ alebo „s.r.o.“.

**Tabuľka 1: Charakteristika s.r.o.**

Charakteristika spoločnosti s ručením obmedzeným (s.r.o.)	
Najnižší počet zakladateľov	1 fyzická alebo 1 právnická osoba

Najvyšší počet spoločníkov	neobmedzené
Minimálna výška základného kapitálu	1 Kč
Najnižší možný vklad	1 Kč
Najvyšší možný vklad	neobmedzené
Rozsah splatenia vkladu pri vzniku	30 % na peňažný vklad a 100 % na nepeňažný vklad
Lehota splatenia vkladov	určené spoločenskou zmluvou, najneskôr do 5 rokov od vzniku spoločnosti alebo prevzatia vkladovej povinnosti
Počet hlasov ku vkladu	na každú 1 Kč 1 hlas (spoločenská zmluva môže určiť inak)
Ručenie spoločníka za záväzky spoločnosti	spoločne a nerozdielne do výšky, v akej nespĺnili vkladové povinnosti podľa stavu zapísaného v OR v dobe, kedy boli veriteľom vyzvaní k plneniu
Predmet činnosti	podnikanie, možné založiť aj za iným účelom
Orgány spoločnosti	valná hromada, štatutárny orgán - jednatelia, dozorná rada (nepovinná), ďalšie podľa spoločenskej zmluvy
Zakladateľský dokument	spoločenská zmluva alebo zakladateľská listina vo forme verejnej listiny

Zdroj: businessinfo.cz, 2014, vlastná úprava

### 2.2.2 Spôsob založenia s.r.o.

#### 1. Spísanie spoločenskej zmluvy, ktorá musí obsahovať:

1. firmu a sídlo spoločnosti,
2. určenie spoločníkov uvedením mena a bydliska alebo sídla,
3. predmet podnikania (činnosti),
4. určenie druhov podielov spoločníkov,
5. výšku základného kapitálu a výšku vkladov alebo vkladov pripadajúcich na podiel alebo podiely každého spoločníka,
6. počet jednatel'ov a spôsob ich jednania za spoločnosť.

V prípade zakladania spoločnosti s ručením obmedzeným jednou osobou sa spisuje zakladateľská listina formou notárskeho zápisu (firmy.finance.cz).

## **2. Zaistenie podnikateľského oprávnenia**

Ohlásenie živnosti (vyplnené vopred, prípadne vyplnené na mieste). Doklad o tom, že právnická osoba bola zriadená alebo založená, pokiaľ zápis do obchodného či obdobného registra nebol ešte realizovaný, alebo doklad o tom, že právnická osoba je zapísaná do príslušného registra, s výnimkou obchodného registra, pokiaľ už bol zápis realizovaný. Výpis z registra nesmie byť starší ako 3 mesiace.

Doklad preukazujúci právny dôvod pre využívanie priestorov, v ktorých má právnická osoba na území Českej republiky sídlo, ak není ohlasovaná adresa sídla už zapísaná v obchodnom registri alebo inej evidencii, pokiaľ je tento doklad stanovený zvláštnym právnym predpisom ako podmienka zápisu do tejto evidencie.

Prehlásenie zodpovedného zástupcu, že souhlasí s ustanovením do funkcie. Podpis na prehlásení musí byť úradne overený, ak neučinil zodpovedný zástupca prehlásenie osobne pred živnostenským úradom.

Doklad preukazujúci odbornú spôsobilosť zodpovedného zástupcu.

Doklad o zaplatení správneho poplatku (Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO), 2014).

## **3. Zloženie základného kapitálu**

Minimálne 1 Kč. Pred podaním návrhu na zápis spoločnosti do obchodného registra musí byť splatené celé emisné ážio a na každý peňažný vklad musí byť splatené najmenej 30 %. Pokiaľ je spoločnosť založená jediným zakladateľom, môže byť zapísaná do obchodného registra až po splatení celého základného kapitálu.

Pred vznikom spoločnosti spravuje splatené vklady alebo ich časti zakladateľ, ktorý tým bol poverený v spoločenskej alebo zakladateľskej zmluve (firmy.finance.cz).

## **4. Návrh na zápis s.r.o. do obchodného registra**

Návrh na zápis do obchodného registra sa musí podať do 90 dní od založenia spoločnosti. Návrh na zápis spoločnosti do obchodného registra podpisujú všetci jednatelia a musí

obsahovať:

- spoločenskú zmluvu, resp. zakladateľskú listinu vo forme notárskeho zápisu,
- podnikateľské oprávnenie (výpis z živnostenského registra),
- doklad o splatení základného kapitálu (potvrdenie správcu vkladu o zložení vkladov - potvrdenie banky o splatení základného kapitálu),
- doklad o právnom titule užívania nehnuteľnosti, v ktorej je umiestnené sídlo (napr. nájomná zmluva o užívaní nebytových priestorov alebo doklad o vlastníctve výpisom z katastra nehnuteľností),
- čestné prehlásenie a podpisové vzory budúcich jednatel'ov (notársky overené).

Postačí, pokiaľ zakladateľský dokument uvádza iba názov obce, kde je sídlo právnickej osoby, do obchodného registra sa ale musí zapísať plná adresa sídla (firmy.finance.cz).

## **5. Prihlásenie na finančnom úrade**

Právnická osoba je povinná do 30 dní podať prihlášku k registrácii u miestne príslušného správcu dane. Táto lehota začne plynúť nasledujúci deň po dni právnej účinnosti povolenia alebo oprávnenia alebo po dni, kedy začne prevádzkovať inú samostatne zárobkovú činnosť. Pre účely zákona sa rozumie dňom právnej účinnosti deň, kedy je poplatník podľa príslušných predpisov oprávnený začať vykonávať podnikateľskú činnosť (businessinfo.cz, 2016).

### **2.2.3 Orgány spoločnosti s ručením omezeným**

Valná hromada je najvyšším orgánom spoločnosti. Do jej pôsobnosti patrí schválenie jednaní uskutočnených menom spoločnosti, schvaľovanie riadnej, mimoriadnej a konsolidovanej účtovnej uzávierky, schvaľovanie stanov a ich zmien, rozhodovanie o zmene obsahu spoločenskej zmluvy, rozhodovanie o zvýšení či znížení základného kapitálu, menovanie, odvolávanie a odmeňovanie jednatel'ov a členov dozornej rady.

Valná hromada je schopná uznášania za prítomnosti spoločníkov, ktorí majú aspoň polovicu všetkých hlasov, pokiaľ spoločenská zmluva nevyžaduje vyšší počet hlasov. Každý spoločník má jeden hlas na každú 1 Kč svojho vkladu, pokiaľ zo spoločenskej zmluvy nevyplýva niečo iné.

Štatutárnym orgánom spoločnosti je jeden alebo viac jednatel'ov. Pokiaľ je jednatel'ov viac, môže menom spoločnosti jednať každý z nich, pokiaľ spoločenská zmluva alebo stanovy nehovoria niečo iné. Jednatel'ov menuje valná hromada z rady spoločníkov alebo iných fyzických osôb.

Dozorná rada dohliada na činnosť jednatel'ov, nahliada do obchodných a účtovných kníh a iných dokladov, preskúmava riadnu, mimoriadnu a konsolidovanú uzávierku a podáva návrh na rozdelenie zisku alebo úhradu straty. Svoje vyjadrenia predkladá valnej hromade (firmy.finance.cz).

#### 2.2.4 Náklady na založenie spoločnosti s ručením obmedzeným

Táto časť sumarizuje údaje o podnikaní za rok 2016 pre Českú republiku. Prvá časť predstavuje jednoduchosť podnikania v rebríčku (z celkového počtu 189 ekonomík) a vzdialenosť k hranici (DTF) zameraná, celkovo a podľa témy. Druhá časť sumarizuje kľúčové ukazovatele ku každej téme porovnávané s regionálnymi priemerami. Ukazateľ DTF (Distance to frontier score) nám ukazuje ako ďaleko v priemere je ekonomika v určitom čase od najlepšieho hodnotenia dosiahnutého akoukoľvek ekonomikou pri každom podnikateľskom indikátore od roku 2005 alebo tretí rok, v ktorom boli dáta pre indikátor zozbierané. Vzdialenosť k hranici sa odráža na škále od 0 do 100, kde 0 reprezentuje najnižší výkon a 100 najvyšší (World Bank Group, 2016).

**Tabuľka 2: Ekonomický prehľad**

Kraj	OECD s vysokým príjmom	Hodnotenie podnikania 2016 podľa poradia	Hodnotenie podnikania 2015 podľa poradia	Zmena poradia
Katégoria príjmu	vysoký príjem	36	33	-3
Populácia	10 510 566			
HND na obyv. ( US \$)		Hodnotenie podnikania 2016 DTF (%)	Hodnotenie podnikania 2015 DTF (%)	Zmena DTF (%)
Mesto	Praha	73,95	73,86	+0,09

Zdroj: World Bank Group, 2016, vlastné spracovanie

**Tabuľka 3: Indikátor založenia spoločnosti**

Indikátor	Česká republika	OECD s vysokým príjmom
Procedúry (počet)	8	4,7
Čas (dni)	15	8,3
Náklady (% z príjmu na osobu)	6,7	3,2
Splatený min. kapitál (% z príjmu na osobu)	0	9,6

Zdroj: World Bank Group, 2016, vlastné spracovanie

**Tabuľka 4: Procedúry zakladania spoločnosti**

Procedúry	Čas na spracovanie	Náklady s tým spojené
Overenie jedinečnosti názvu firmy	Menej ako jeden deň (online postup)	bez poplatku
Notárske overenia	1 deň	CZK 17,066.77
Získanie potvrdenia o správcovi vkladu spolu s potvrdením banky, že kapitál je umiestnený na zvláštnom bankovom účte	2 dni	bez poplatku
Registrácia na živnostenskom úrade a získanie živnostenského oprávnenia	2 dni	CZK 1000
Registrácia v obchodnom registri	7 dní	CZK 6000
Registrácia na finančnom úrade	Menej ako jeden deň (online postup)	bez poplatku
Registrácia na sociálne zabezpečenie	1 deň	bez poplatku
Registrácia na zdravotnej poisťovni	1 deň	bez poplatku

Zdroj: World Bank Group, 2016, vlastné spracovanie

### 2.2.5 Zvláštne podmienky prevádzkovania živnosti

V tejto časti sú definované podmienky, ktoré stanovuje zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon) § 7 a je potrebné ich splniť aby nedošlo k porušeniu práva. Aby sa predišlo prípadným sankciám je potrebné tento zákon dôkladne preštudovať.

1. Zvláštnymi podmienkami prevádzkovania živnosti sú odborná alebo iná spôsobilosť, pokiaľ ich tento zákon alebo zvláštne predpisy vyžadujú.
2. V prípade zmeny alebo doplnenia požiadavkov na odbornú spôsobilosť po vzniku živnostenského oprávnenia sa nepožaduje preukázanie praxe u podnikateľa, ktorému trvá živnostenské oprávnenie pre prevádzkovanie dotknutej živnosti a u osoby, ktorá



vykonáva funkciu zodpovedného zástupcu pre dotknutú živnosť, ak ju vykonávala už pred touto zmenou.

3. Ak nie je možné odbornú alebo inú spôsobilosť preukázať dokladom vydaným jednej fyzickej osobe, je možné odbornú spôsobilosť preukázať dokladom vydaným podnikateľovi príslušným odborným orgánom v súlade so zvláštnymi predpismi.
4. Pokiaľ je v rámci odbornej spôsobilosti vyžadovaná prax v odbore, rozumie sa ňou pre účely tohoto zákona výkon odborných činností prináležiacich do odboru alebo príbuzného odboru živnosti osobou samostatne zárobkovo činnou v odbore alebo v príbuznom odbore na základe príslušného oprávnenia k podnikateľskej činnosti, osobou poverenou vedením závodu alebo organizačnej zložky závodu, zodpovedným zástupcom, osobou bezprostredne zodpovednou za riadenie činnosti, ktorá je predmetom živnosti, alebo osobou vykonávajúcou samostatné odborné práce zodpovedajúce odboru živnosti v pracovnoprávnom vzťahu, služobnom, členskom alebo obdobnom pomere (ďalej len „pracovnoprávny vzťah“). Za príbuzné odbory sa považujú odbory, ktoré využívajú rovnakých alebo podobných pracovných postupov a odborných znalostí.
5. Odbornú spôsobilosť môže občan Českej republiky alebo iného členského štátu Európskej únie preukázať tiež dokladmi o odbornej kvalifikácii, ktoré dosvedčujú, že predmetnú činnosť vykonával v inom členskom štáte Európskej únie

a) po dobu 6 po sebe idúcich rokov ako samostatne zárobkovo činná osoba alebo vo vedúcom postavení, pričom výkon činnosti nesmie byť ukončený viac ako 10 rokov pred ohlásením živnosti alebo podaním žiadosti o koncesiu,

b) po dobu 3 po sebe idúcich rokov ako samostatne zárobkovo činná osoba alebo vo vedúcom postavení, ak je držiteľom dokladu o dosiahnutej kvalifikácii vydaného alebo uznaného príslušným orgánom alebo inštitúciou členského štátu a potvrdzujúceho najmenej trojročné vzdelanie a prípravu, ktoré ho odborne pripravujú pre výkon predmetnej činnosti v členskom štáte pôvodu,

c) po dobu 4 po sebe idúcich rokov ako samostatne zárobkovo činná osoba alebo vo vedúcom postavení, ak je držiteľom dokladu o dosiahnutej kvalifikácii vydaného alebo uznaného príslušným orgánom alebo inštitúciou členského štátu a potvrdzujú-

ceho najmenej dvojročné vzdelanie a prípravu, ktoré ho odborne pripravujú pre výkon predmetnej činnosti v členskom štáte pôvodu,

d) po dobu 3 po sebe idúcich rokov ako samostatne zárobkovo činná osoba, ak preukáže, že vykonával predmetnú činnosť najmenej 5 rokov v pracovnoprávnom vzťahu, pričom výkon činnosti nesmie byť ukončený viac ako 10 rokov pred ohlásením živnosti alebo podaním žiadosti o koncesiu,

e) po dobu 5 po sebe idúcich rokov vo vedúcom postavení, z toho najmenej 3 roky v odbornej funkcii so zodpovednosťou za najmenej jedno oddelenie závodu, ak je držiteľom dokladu o dosiahnutej kvalifikácii vydaného alebo uznaného príslušným orgánom alebo inštitúciou členského štátu a potvrdzujúceho najmenej trojročné vzdelanie a prípravu, ktoré ho odborne pripravujú pre výkon predmetnej činnosti v členskom štáte pôvodu,

f) po dobu 5 po sebe idúcich rokov ako samostatne zárobkovo činná osoba alebo vo vedúcom postavení, pričom výkon činnosti nesmie byť ukončený viac ako 10 rokov pred ohlásením živnosti alebo podaním žiadosti o koncesiu,

g) po dobu 3 po sebe idúcich rokov ako samostatne zárobkovo činná osoba alebo vo vedúcom postavení, ak preukáže, že vykonával predmetnú činnosť najmenej 5 rokov v pracovnoprávnom vzťahu, pričom výkon činnosti nesmie byť ukončený viac ako 10 rokov pred ohlásením živnosti alebo podaním žiadosti o koncesiu,

h) po dobu 5 po sebe idúcich rokov v pracovnoprávnom vzťahu, ak je držiteľom dokladu o dosiahnutej kvalifikácii vydaného alebo uznaného príslušným orgánom alebo inštitúciou členského štátu a potvrdzujúceho najmenej trojročné vzdelanie a prípravu, ktoré ho odborne pripravujú pre výkon predmetnej činnosti v členskom štáte pôvodu,

i) po dobu 6 po sebe idúcich rokov v pracovnoprávnom vzťahu, ak je držiteľom dokladu o dosiahnutej kvalifikácii vydaného alebo uznaného príslušným orgánom alebo inštitúciou členského štátu a potvrdzujúceho najmenej dvojročné vzdelanie a prípravu, ktoré ho odborne pripravujú pre výkon predmetnej činnosti v členskom štáte pôvodu,

j) po dobu 3 po sebe idúcich rokov ako samostatne zárobkovo činná osoba alebo vo vedúcom postavení, pričom výkon činnosti nesmie byť ukončený viac ako 10 rokov pred ohlásením živnosti alebo podaním žiadosti o koncesiu,

k) po dobu 2 po sebe idúcich rokov ako samostatne zárobkovo činná osoba alebo vo vedúcom postavení, ak je držiteľom dokladu o dosiahnutej kvalifikácii vydaného alebo uznaného príslušným orgánom alebo inštitúciou členského štátu a potvrdzujúceho vzdelanie a prípravu, ktoré ho odborne pripravujú pre výkon predmetnej činnosti v členskom štáte pôvodu,

l) po dobu 2 po sebe idúcich rokov ako samostatne zárobkovo činná osoba alebo vo vedúcom postavení, ak preukáže, že vykonával predmetnú činnosť najmenej 3 roky v pracovnoprávnom vzťahu, pričom výkon činnosti nesmie byť ukončený viac ako 10 rokov pred ohlásením živnosti alebo podaním žiadosti o koncesiu, alebo

m) po dobu 3 po sebe idúcich rokov v pracovnoprávnom vzťahu, ak je držiteľom dokladu o dosiahnutej kvalifikácii vydaného alebo uznaného príslušným orgánom alebo inštitúciou členského štátu a potvrdzujúceho vzdelanie a prípravu, ktoré ho odborne pripravujú pre výkon predmetnej činnosti v členskom štáte pôvodu,

pokiaľ tak stanoví § 21 odst. 2 u remeselných živností uvedených v prílohe č. 1 k tomuto zákonu alebo u jednotlivých viazaných alebo koncesovaných živností prílohy č. 2 alebo 3 k tomuto zákonu; pri posudzovaní odbornej spôsobilosti sa použije zákon o uznávaní odbornej kvalifikácie.

6. Podnikateľ je povinný zaistiť výkon činností, ktoré sú obsahom živností uvedených v prílohe č. 5 k tomuto zákonu, iba fyzickými osobami splňujúcimi požiadavky odbornej spôsobilosti, ktoré sú v tejto prílohe stanovené. Zvláštne právne predpisy stanovujúce odbornú spôsobilosť fyzických osôb pre výkon určitej živnosti niesu týmto ustanovením dotknuté. Podnikateľ vedie o osobách splňujúcich podmienky odbornej spôsobilosti evidenciu a uchováva kópie dokladov preukazujúcich túto spôsobilosť minimálne 3 roky odo dňa ukončenia výkonu činností týmito osobami; pritom je povinný dodržiavať povinnosti stanovené zvláštnym právnym predpisom.

## **2.3 Štruktúra podnikateľského plánu**

### **2.3.1 Titulná strana**

Na titulnej strane je vhodné uviesť obchodný názov a logo firmy (pokiaľ už existuje), názov podnikateľského plánu, meno autora, kľúčových osôb, zakladateľov, dátum založenia a podobne (Srpová a kol., 2011).

### **2.3.2 Zhrnutie projektu**

Zhrnutie nie je chápané ako úvod ale ako zhustený popis toho, čo je na nasledujúcich stránkach spracované podrobnejšie. Po prečítaní zhrnutia sa má v čitateľovi vzbudiť zvedavosť, aby si prečítal aj zvyšok plánu a aby sa zaoberal podrobnosťami. Rozsah zhrnutia závisí na charaktere podnikateľského zámeru a na výšku potrebného kapitálu. Hlavný problém spočíva v tom, ako zhustiť množstvo dôležitých informácií na malý počet strán. Napriek tomu že sa zhrnutie umiestňuje na začiatok podnikateľského plánu, spracúvavame ho ako posledné, tj. v dobe, kedy máme celý podnikateľský plán hotový (Srpová a kol., 2011).

### **2.3.3 Opis firmy**

V tejto časti definujeme podnikateľskú príležitosť. Môže ísť napríklad o nájdenie medzery na trhu, o objavenie nejakého nového technického princípu a iné. Snažíme sa presvedčiť čitateľa, že práve naša firma a práve teraz je schopná úspešne realizovať predložený podnikateľský projekt. Uvedieme dátum založenia firmy, právnu formu podnikania, vlastnícku štruktúru, oblasti činnosti, hlavné produkty a iné. Potom budeme definovať víziu, predstavu o tom, kam bude firma smerovať, kam sa chce v určitom časovom horizonte posunúť (Srpová a kol., 2011).

### **2.3.4 Manažment (organizačný plán)**

Jedná sa o stanovenie optimálneho počtu technických, výrobných pracovníkov a obslužného a pomocného personálu. Pri stanovení počtu pracovníkov sa vychádza z dispozičného a priestorového usporiadania výrobného procesu, z toku výroby,

z technológie daného podnikateľského subjektu a z nej vyplývajúcich požiadavkov na stav a kvalifikáciu technických a výrobných pracovníkov a obslužného personálu. Z hľadiska počtu pracovníkov a zvlášť potom nákladov je treba brať v úvahu aj prípadnú zmenu (Šafránek, 2007).

### **2.3.5 Trh a konkurencia**

Realizácia podnikateľského plánu bude úspešná len vtedy, keď bude existovať trh, ktorý bude mať záujem o naše produkty, popr. ich inovácie. Investorov či prípadne spoločníkov preto veľmi zaujímajú fakty o potenciálnych trhoch a možnostiach sa na nich uplatniť. Musíme presne učiť, čo je celkový trh a na ktorý cieľový trh v rámci celkového trhu sa chceme zamerať. Celkový trh zahŕňa všetky mysliteľné možnosti využitia daného výrobku alebo služby. Vymedzíme cieľový trh a popíšeme jeho charakteristické znaky. Čím lepšie sa to podarí, tým lepšie môžeme výrobky a služby prispôbiť potrebám a priraniť zákazníkov a tým väčšieho úspechu môže dosiahnuť.

Nutná pri spracovaní podnikateľského plánu je dôkladná analýza konkurencie. V prvom kroku určíme firmy, ktoré predstavujú konkurenciu. Patria k nim tie firmy, ktoré pôsobia na rovnakých cieľových trhoch a predávajú tie isté alebo podobné produkty (skutoční konkurenti). Okrem týchto firiem môžu existovať aj ďalšie, ktoré nepredstavujú konkurenciu dnes, ale môžu ňou byť v budúcnosti (potenciálni konkurenti). V ďalšom kroku je potrebné preskúmanie ich predností a nedostatkov. Je treba vyhodnotiť všetkých hlavných (súčasných aj potenciálnych) konkurentov, napr. podľa kritérií ako obrat, rast, podiel na trhu, výrobky, služby zákazníkom, zákazníci, ceny, predajné cesty, sídlo, dostupnosť a pod. Na základe zrealizovaného porovnania konkurenčných firiem podľa týchto kritérií môžeme určiť konkurenčnú výhodu jednotlivých firiem (Srpková a kol., 2011).

### **2.3.6 Marketing**

Podľa Foreta (2012) je najdôležitejším nástrojom marketingového riadenia nesporne marketingový mix. Organizácia ho využíva k dosiahnutiu svojich marketingových cieľov, zostavuje ho podľa svojich možností a môže ho pomerne ľahko meniť. Marketingový mix zahŕňa všetko podstatné, s čím sa firma obracia na trh, na zákazníkov, na

všetko, čo rozhoduje o jej úspechu na trhu. Venovať sa mu budeme predovšetkým v jeho klasickej podobe, tvorenej nasledujúcimi prvkami:

- cena (Price),
- produkt (Product),
- miesto (Place),
- propagace (Promotion).

## **Cena**

Cenou sa v marketingovom mixe rozumie to, čo požadujeme za ponúkaný produkt. Najčastejšie má podobu čiastky, určitého množstva peňažných jednotiek, prípadne objemu iných produktov. Pokiaľ produkt predstavuje pre zákazníka hodnotu, je treba pre jeho zmenu zjednať protihodnotu. Cena je teda vyjadrením protihodnoty, za ktorú je predávajúci ochotný produkt zmeniť. Cena je jediným prvkom marketingového mixu, ktorá predstavuje pre firmu zdroj príjmov. Všetky ostatné jeho zložky, ako sú produkt, distribúcia aj propagácia, vyžadujú naopak výdaje (Foret, 2012). Správne stanovenie ceny výrobkov patrí medzi kľúčové manažérske rozhodnutia. Každý podnik vykonáva určitú cenovú politiku, teda rozhoduje o cenách nových výrobkov či zmenách súčasných výrobkov v súlade so svojimi strategickými cieľmi a zákonnými predpismi. V Českej republike je problematika cien upravená zákonom č. 526/1990 Sb., o cenách v znení neskorších predpisov (Brodský a Stříteská, 2010).

K základným metódam stanovenia ceny radíme:

1. *cena založená na nákladoch* (nákladovo orientovaná cena) – je jedným z najbežnejších a najčastejšie používaných spôsobov stanovenia ceny. Pomocou kalkulačných postupov vyčísluje náklady na výrobu a distribúciu produktu. Jedným z hlavných dôvodov pre používanie týchto postupov je ich jednoduchosť a relatívne ľahká dostupnosť podkladových údajov pre jej výpočet,
2. *cena na základe dopytu* (dopytovo orientovaná cena) – vychádza z odhadu objemu predaja v závislosti na rôznej výške ceny a najmä z toho, aký vplyv bude mať zmena ceny na veľkosť dopytu,
3. *cena na základe cien konkurencie* (konkurenčne orientovaná cena) – pokiaľ má firma porovnateľné produkty ako konkurencia, môže uvažovať taktiež o porov-

nateľnej cene. Tento spôsob sa používa najmä pri vstupe na nové zahraničné trhy,

4. *cena podľa marketingových cieľov firmy*, podľa toho, čoho chce na trhu dosiahnuť, čo chce získať. Pokiaľ chce podnik maximalizovať objem predaja a podiel na trhu, bude skôr nastavovať nižšiu, všeobecne akceptovateľnú hladinu. Ak chce však predovšetkým maximalizovať zisk, bude mať naopak ceny čo najvyššie. Ďalším cieľom môže byť likvidácia konkurencie. V tomto prípade vyvolá nízka cena tzv. cenovú vojnu. Pokiaľ je cieľom posilnenie image firmy a ich produktov, bude jej prestíž vyjadrovať aj vysoká, prestížna cena,
5. *cena podľa vnímanej hodnoty produktu zákazníkom* sa opiera o znalosť hodnoty, ktorú zákazník pripisuje produktu. Obvykle sa tu využívajú výsledky marketingového výskumu. Cenu stanovujeme tak, aby maximálne zodpovedala výške hodnoty, akú produkt pre zákazníka predstavuje. Týmto spôsobom by sme mali dosiahnuť predovšetkým spokojnosť zákazníka.

Modifikovanú podobu potom predstavuje cena stanovená samotným zákazníkom. Jedná sa o cenu, ktorú je zákazník ochotný/schopný za ponúkaný produkt zaplatiť. Obvykle vyplýva z jeho silnejšej vyjednávacej pozície. Takto stanovujú cenu svojim dodávateľom napríklad nadnárodné hypermarketové reťazce, zdravotné poisťovne alebo orgány štátnej a verejnej správy (Foret, 2012).

## **Produkt**

Produkt je najdôležitejšiou zložkou marketingového mixu, je tým, čo chceme na trhu zmeniť, predat'. V marketingu sa ako produkt chápe čokoľvek, čo slúži k uspokojeniu určitej ľudskej potreby, ku splneniu prání a čo je možné ponúkať ku zmene. Termín „produkt“ sa tak používa k označeniu či už hmotných predmetov, tak aj nehmotných. Podľa definície Americkej marketingovej asociácie je za produkt považované to, čo je možné na trhu ponúknuť k upútaniu pozornosti, k získaniu, užívaniu alebo k spotrebe, tj. všetko, čo sa vyznačuje schopnosťou uspokojiť prania alebo potreby zákazníkov. Produktom môžu byť nielen fyzické predmety, ale taktiež služby, osoby, miesta, organizácie, myšlienky, kultúrne výtvary a mnohé ďalšie hmatateľné aj nehmateľné veci (Foret, 2012).

### **Distribúcia, miesto**

Podľa Foreta (2012) miesto (place) v marketingovom mixe chápeme ako proces distribúcie produktu z miesta jeho vzniku (výroby) do miesta predaja zákazníkov. Význam miesta predaja dosvedčuje taktiež to, že v niektorých prípadoch dostáva produkt meno nie podľa miesta výroby, ale naopak podľa miesta, kde sa ponúka a predáva. Najmä v dnešnej dobe globálne obchodovanie predstavuje mimoriadne náročnú (odborne, finančne aj časovo), zložitú (buduje sa dlhé roky), ale taktiež účinnú zložku marketingového mixu. Cieľom distribúcie je poskytnúť kupujúcim požadované produkty na dostupnom mieste, v správnom čase a v takom množstve, aké potrebujú. K tomu sa budujú distribučné cesty (distribučné kanály). Pomáhajú prekonávať časové, priestorové a vlastnícke bariéry.

V marketingovom poňatí sa celý proces distribúcie chápe komplexnejšie ako len pohyb tovaru z miesta na miesto. Ten, ako vidíme v nasledujúcom prehľade, tvorí iba prvý z jeho celkom troch krokov:

1. fyzická distribúcia, ktorá zahŕňa prepravu tovaru, jeho skladovanie a riadenie zásob takým spôsobom, aby predajcovia boli schopní vždy uspokojiť požiadavky dopytu,
2. zmena vlastnických vzťahov, kedy zmena umožňuje kupujúcim užívať predmety alebo služby, ktoré potrebujú alebo chcú mať,
3. doprovodné a podporné činnosti, ku ktorým patrí napríklad organizácia marketingového výskumu, zaisťovanie propagácie tovaru, poradenská činnosť, poskytovanie úverov, poisťovanie prepravovaných produktov atď.

### **Komunikácia, propagácia**

Podľa Srpovej a Řehořa (2010) je pravdepodobne najviditeľnejšou zložkou marketingového mixu komunikácia, resp. propagácia. V rámci oblasti marketingu a predaja sa pod marketingovou komunikáciou rozumie systém komunikačných metód a prostriedkov, pomocou ktorých firma ovplyvňuje nákupné chovanie zákazníkov v záujme realizácie tovaru na trh. Firma pomocou marketingovej komunikácie hľadá spôsoby, ako upozorniť zákazníkov na svoju ponuku, vlastnosti, kvalitu alebo odlišenie sa od konkurencie, ale taktiež na jej cenu a možnosť jej získania. Podľa marketingovej literatúry sa



komunikačná politika firmy realizuje prostredníctvom množstva prvkov, ktoré spoločne vytvárajú tzv. komunikačný mix. Jeho základné zložky sú:

- reklama,
- podpora predaja,
- osobný predaj,
- vzťahy s verejnosťou,
- public relations,
- priamy marketing.

### **2.3.7 Hodnotenie rizík**

Korecký a Trkovský (2011) tvrdia, že s rizikom sa stretáva každý jednotlivец, podnik alebo organizácia pri svojej bežnej každodennej činnosti. Podnik čelí rizikám s čisto negatívnymi dôsledkami (požiar, havária), tak aj rizikám, ktoré súvisia s jeho podnikaním do ktorého podnik vstupuje preto, aby dosiahol zisk. Riziko je síce podvedome spojené prevažne s negatívnymi dôsledkami, ktoré môžeme označiť za hrozbu alebo stratu, ale vstup do rizika je často dobrovoľný, s cieľom získať pozitívne výsledky, využiť príležitosť. Riziko je teda tesne zviazané s neistotou o budúcom vývoji. To kladie vysoké nároky na proces rozhodovania o tom, ako sa pri rizikovej situácii zachovať.

Cieľom je nájsť čo najviac rizík projektu, porozumieť ich podstate a správne ich popísať. Charakteristika hlavných skupín rizík:

- finančné riziká (rozpočet, ekonomické, finančné), pokrýva schopnosť zaistiť čo najlepšie financovanie projektu (vrátane využitia daňových úľav a dotácií), zaistiť zmeny zmenných kurzov a mať pod kontrolou náklady projektu,
- legislatívne riziká – sústredenie pozornosti na všetky súvisiace legislatívne predpisy, regulácie a obmedzenia, kvalita uzatváraných zmlúv a najdôležitejšie zmluvné ujednanie,
- manažérske riziká zodpovedajú rizikám managementu projektu a organizačným rizikám,
- obchodné riziká spájajú riziká externých, obchodných, podnikateľských rizík a obsahujú taktiež obchodné zadanie produktu.

Príkladom rizík projektu podľa Svozilové (2011) v rozdelení do kategórií môžu byť:

- externé nepredvídateľné riziká (väčšinou nekontrolovateľné), medzi ktoré patria napríklad štátne regulácie, prírodné katastrofy, kriminálne akty a nepriame vplyvy životného prostredia, stavu spoločnosti,
- externé predvídateľné riziká (zároveň obtiažne kontrolovateľné) a to tržné riziká, operačné riziká, predvídateľné vplyvy prostredia (obvyklé periódy nepriaznivého počasia), inflácia, daňové úpravy,
- interné riziká netechnického charakteru (obecne kontrolovateľné): manažérske problémy, problémy zaistenia zdrojov, problémy cashflow a nedostatočné finančné zaistenie, nedostatočná kapacita alebo flexibilita dodávateľov,
- interné riziká technického charakteru (opäť obecne kontrolovateľné): obecné technologické zmeny, zmeny v okolných systémoch ovplyvňujúcich projekt, nedostupnosť alebo nedostatočná výkonnosť potrebných technológií, rozsah projektu,
- legislatívne riziká ako licencie a patentové práva, zmluvné aspekty alebo súdne riadenie a pod.

### **Opatrenia k zníženiu rizika**

Medzi opatrenia na zníženie rizika patrí diverzifikácia, delenie rizika, transfer rizika na iné subjekty, poistenie, etapový prístup k projektu a iné.

*Diverzifikácia*, tj. rozširovanie výrobného programu, zahrňovanie produktov rôznej povahy a zameranie do sortimentu, nám umožňuje, aby dôsledky poklesu dopytu po jednom produkte či skupine produktov boli kompenzované zvýšením dopytu po inej skupine produktov.

*Delenie rizika* predstavuje ďalší spôsob znižovania rizika. Jeho princíp spočíva v tom, že sa riziko rozdeľuje medzi dvoch, resp. viacerých účastníkov, ktorí sa spoločne podieľajú na realizácii podnikateľského projektu.

Ďalším významným a často využívaným spôsobom znižovania podnikateľského rizika je jeho *transfer* (presun) na iné subjekty (dodávateľov, odberateľov a iných). Presun rizika sa uskutočňuje napríklad uzatváraním dlhodobých zmlúv na dodávky surovín a

materiálov, uzatváraním kontaktov na predaj výrobkov a služieb za vopred stanovených podmienok, prenájom zariadení formou leasingu a pod.

Medzi špeciálne druhy prenosu rizika patrí *poistenie*. Negatívne dôsledky rizika určitej budúcej nepriaznivej situácie sa prenášajú na poisťovňu, ktorá kryje tieto škody či straty podľa podmienok zjednaných v poisťnej zmluve.

*Etapová príprava a realizácia* podnikateľských projektov je taktiež nástrojom k zníženiu rizika. Etapový prístup spočíva v tom, že sa projekt rozčlení do niekoľkých etáp. Každá ďalšia etapa je koncipovaná variantne, takže je pripravených niekoľko variant pokračovania podnikateľského projektu, pričom voľba pokračovania závisí na výsledkoch predchádzajúcej etapy (Srpová a kol., 2011).

### **2.3.8 Finančný plán**

Cieľom finančného plánu je predovšetkým zaistiť, aby business plán dával finančný zmysel, aby boli k dispozícii potrebné finančné zdroje pre uskutočnenie business plánu a taktiež aby bol dlhodobo finančne udržateľný. Vstupom do spracovania finančného plánu budú predovšetkým strategické ciele/parametre vyjadrené v návrhu business stratégie v aspektoch Product, Price, Place, Process, Planning a People. Finančný plán by mal tieto informácie utriediť a rozpracovať v čase, aby bolo následne možné plnenie business stratégie kontrolovať z finančných hľadísk. Pokiaľ by tieto potrebné informácie v návrhu chýbali, mal by o ne byť návrh doplnený, zrevidovaný. Podnikanie bude spravidla vyžadovať nejaké fixné náklady – investícia do budov, strojov, zariadení, vozidiel, informačných a komunikačných technológií atď. Finančný plán musí zohľadniť aj finančné požiadavky na ich údržbu a prevádzku. Jednotlivé oddelenia a zamestnanci budú mať prevádzkové výdaje napríklad za dopravu, reklamu, komunikácie, prenájom, elektrinu, kúrenie. Z týchto údajov môžeme ďalej vytvoriť rozpočty a plán investícií. Bude taktiež potreba spracovať plán predaja, odhad bodu zlomu/zvratu. To znamená stanoviť objem predaja nutného k tomu, aby celkové príjmy z predaja pokryli všetky náklady a nové podnikanie začalo konečne pri väčšom objeme generovať čistý zisk. Z týchto údajov je možné vypočítavať návratnosť investícií, vypožičaných prostriedkov atď. Ku spracovaniu finančného plánu je samozrejme nutné poznať náklady na personálne zabezpečenie aktivít spojených s realizáciou business plánu. Zároveň je potrebné

už v prvom kroku rozhodnúť, akým spôsobom budeme rozbehnutie podnikania financovať (Červený a kol., 2014).

### **2.3.9 Prílohy**

Rozsah príloh závisí na konkrétnom prípade. V niektorých prípadoch môže mať aj viac strán. Aby sa obmedzil počet strán, môžu sa niektoré podklady uviesť v zozname a tento zoznam je možné pripojiť k prílohe s poznámkou, že uvedené podklady sú k dispozícii.

Do prílohy by mali byť zaradené:

- dôležité zmluvy,
- technické výkresy,
- obrázky výrobkov a prospekty,
- analýza trhu,
- výpis z obchodného registra,
- životopisy kľúčových odobností a iné.

Nie vždy sú potrebné všetky vymenované dokumenty, niekedy je naopak nutné zaradiť ešte ďalšie (Srpková a kol., 2011).

## **2.4 Cashflow**

Cash flow (peňažný tok) je skutočný pohyb (tok) peňažných prostriedkov podniku. Je východiskom pre riadenie likvidity podniku, alebo:

- existuje rozdiel medzi pohybom hmotných prostriedkov a ich peňažným vyjadrením (napr. nákup zásob na obchodný úver),
- vzniká časový nesúlad medzi hospodárskymi operáciami vyvolávajúcimi náklady a ich finančným zahltením (vznik mzdových nákladov a vlastná výplata miezd),
- vzniká rozdiel medzi nákladmi a výdajmi a medzi výnosmi a príjmami (podvojný účtovníctvo zachytáva hospodárske javy a výsledok hospodárenia podniku nezávisle na okamihu uskutočnených platieb).

Analýza cash flow (CF) je dôsledne založená na príjmoch a výdajoch a vyjadruje reálne toky peňazí a ich zásoby v obchodnom podniku (Sedláček, 2011).

Peňažné toky analyzujeme v nasledujúcich troch činnostiach:

- Prevádzková činnosť (hlavná zárobková činnosť účtovnej jednotky a ďalej tak-  
tiež činnosti, ktoré nejde zahrnúť do investičnej oblasti či financovania),
- investičná činnosť (nákupy a predaje dlhodobého majetku a ďalej poskytovanie  
úverov, zapožičaní či výpomocí, ktoré nejde považovať za prevádzkovú čin-  
nosť),
- financovanie (všetky ostatné činnosti, ktoré majú za následok zmeny štruktúry  
a veľkosti vlastného kapitálu a ďalej dlhodobých (prípadne aj krátkodobých)  
dlhov (Strouhal a kol., 2014).

## 2.5 Metódy hodnotenia investícií

### 2.5.1 Statické metódy

Statické metódy sa zameriavajú na sledovanie cashflow z investície a rôznym spôsobom ich porovnávajú s počiatočnými výdajmi. Neberú v úvahu riziko a časový priebeh len obmedzene, aj napriek tomu sú dobré pre rýchle a ľahké vyhodnotenie a najmä pre vy-  
lúčenie nevýhodných investícií.

Medzi statické metódy patria:

1. **Celkový príjem z investície** ako súčet všetkých cash flow, tj:

$$CP = CF_1 + CF_2 + \dots + CF_n = \sum_{i=1}^n CF_i$$

kde  $CF_i$  je cashflow v roku  $i$ .

2. **Čistý celkový príjem z investície**

Je celkový príjem upravený o počiatočný výdaj:

$$NCP = CP - IN = -IN + \sum_{i=1}^n CF_i$$

kde  $IN$  je počiatočný výdaj,

$CP$  je celkový príjem.

3. **Priemerné ročné cash flow** plynúce z investície:

$$\emptyset CF = \frac{CP}{n}$$

kde CP je celkový príjem,  
n je počet rokov životnosti investície.

#### 4. Priemerná ročná návratnosť

Koľko percent investovanej čiastky sa ročne priemerne vráti:

$$\emptyset CF = \frac{\emptyset CP}{IN}$$

kde  $\emptyset CF, IN$  vid' vyššie.

#### 5. Priemerná doba návratnosti:

$$\emptyset doba = \frac{1}{\emptyset r}$$

kde  $\emptyset r$  určíme z predchádzajúcej metódy.

Inak je možné priemernú dobu návratnosti spočítať priamo ako investičný výdaj delený priemerným ročným cashflow (Scholleová, 2012).

#### 6. Doba návratnosti

Udáva, za akú dobu sa peniaze investované do projektu vrátia. Predstavuje také obdobie, v ktorom suma dosiahnutých príjmov bude rovná celkovým investičným výdajom na projekt. Nevýhodou doby návratnosti investície je, že nezohľadňuje pri hodnotení faktor času (Srpová, Řehoř a kol., 2010).

Podľa Valacha a kol. (2010), je to doba, za ktorú sa projekt splatí z peňažných príjmov, ktoré projekt zaistí, zjednodušene zo svojich ziskov po zdanení a odpisov. Čím je kratšia doba návratnosti, tým je projekt hodnotený priaznivejšie. Prijateľný je projekt vtedy, keď vypočítaná doba jeho návratnosti je menšia než vopred stanovená, kritériálna doba návratnosti. Technicky sa doba návratnosti stanoví tak, že sa určia každoročné príjmy (zisk po zdanení a odpismi). Tieto peňažné príjmy z investície sa kumulatívne sčítajú. Rok, v ktorom sa kumulatívny súhrn peňažných príjmov rovná kapitálovému výdaju, ukazuje hľadanú dobu návratnosti.

### 2.5.2 Dynamické metódy

Dynamické metódy hodnotenia investícií prihliadajú k trom základným faktorom, ktoré je treba v súvislosti s rozhodovaním o budúcich peniazoch brať v úvahu:

1. finančné prínosy (cash flow),
2. čas,
3. riziko.

### **Metóda čistej súčasnej hodnoty (Net Present Value, NPV)**

Metóda čistej súčasnej hodnoty je základnou metódou a porovnáva príjmy a výdaje z investície, ale vždy v ich súčasných hodnotách, tj. diskontuje ich podnikovou diskontnou mierou, ktorá je najlepšie odhadnuteľná pomocou WACC podniku.

$$NPV = \frac{CF_1}{(1 + WACC)} + \frac{CF_2}{(1 + WACC)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1 + WACC)^n} = \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1 + WACC)^i}$$

kde  $CF_i$  – cash flow v roku  $i$ ,

$n$  – počet rokov,

WACC – vážené náklady na kapitál,

NPV – udáva, koľko peňazí nad investovanou čiastkou dostane podnik navyše.

Investíciu je možné prijať len vtedy, ak je  $NPV \geq 0$ . Ak je  $NPV < 0$ , znamená to, že investícia neuspokojí predstavy o očakávanej návratnosti vlastníkom alebo aj veriteľom a v najhoršom prípade ani prostej návratnosti vložených prostriedkov (Scholleová, 2012).

Podľa Valacha a kol. (2010), je možné ju definovať ako rozdiel medzi diskontovanými peňažnými príjmami z investičného projektu a kapitálovým výdajom. Ak sa kapitálový výdaj uskutočňuje dlhšiu dobu, tak je čistá súčasná hodnota rozdiel medzi diskontovanými peňažnými príjmami z projektu a diskontovanými kapitálovými výdajmi v jednotlivých rokoch. Interpretácia rôznych možných výsledkov čistej súčasnej hodnoty:

- ak je ČSH  $> 0$  (diskontované peňažné príjmy prevyšujú kapitálový výdaj), je investičný projekt pre podnik prijateľný, zaručuje požadovanú mieru výnosu a zvyšuje tržnú hodnotu firmy,
- ak je ČSH  $< 0$  (diskontované peňažné príjmy sú menšie než kapitálový výdaj), je investičný projekt pre podnik neprijateľný, pretože nezaistuje požadovanú mieru výnosu a jeho prijatie by znižovalo tržnú hodnotu firmy,

- ak je  $\check{C}SH = 0$ , je investičný projekt z hľadiska podniku indiferentný (diskontované peňažné príjmy sa rovnajú kapitálovému výdaju, projekt nezvyšuje ani neznižuje tržnú hodnotu firmy).

### **Vnútorne výnosové percento (Internal Rate of Return, IRR)**

Vnútorne výnosové percento je relatívny percentuálny výnos, ktorý investícia poskytuje v priebehu svojej životnosti. Slovo „relatívny“ znamená, že je vzťahnutý k investovanému výdaju a rešpektuje časovú hodnotu peňazí. Je to taká diskontná sadzba, pri ktorej by bolo  $NPV = 0$ , budeme hľadať IRR, pre ktoré platí:

$$-IN + \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1 + IRR)^i} = 0$$

Investíciu je možné prijať, ak je  $IRR \geq WACC$ , v podstate to znamená, že ročný percentuálny výnos by mal byť aspoň taký, ako je percentuálny náklad kapitálu v podniku. Čím vyššiu má investícia IRR, tým lepšia je jej relatívna výhodnosť (Scholleová, 2012).

Podľa Kocmanovej (2013) je to taká úroková miera, pri ktorej je čistá súčasná hodnota príjmov z investície rovná kapitálovým výdajom (úroková miera, pri ktorej je  $\check{C}SH = 0$ ). Pri porovnávaní viacerých investičných projektov väčšinou platí, že varianta vykazujúca vyššie IRR je výhodnejšia. Táto metóda je v praxi veľmi obľúbená, pretože udáva predpokladanú výnosnosť investície, ktorú môžeme porovnávať s požadovanou výnosnosťou. Metóda vnútorného výnosového percenta a metóda čistej súčasnej hodnoty sú založené na rovnakej základnej rovnici; druhá však pracuje s daným diskontným percentom a čistá súčasná hodnota sa počíta, zatiaľ čo prvá predpokladá, že čistá súčasná hodnota je nulová a percento sa hľadá.

### **Index ziskovosti (Profitability Index, PI)**

Index ziskovosti je taktiež relatívnym meradlom, ktoré môže hrať významnú rolu v rozhodovaní o investíciách. Počíta sa ako pomer prínosov (vyjadrených v súčasnej hodnote prognózovaných budúcich tokov hotovosti) a počiatočných kapitálových výdajov:

$$PI = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1 + WACC)^i}}{IN} = \frac{PV}{IN}$$



Investícia je prijateľná, ak je index ziskovosti väčší alebo rovný 1, čo je v priamej súvislosti s požiadavkom nezápornej NPV. Čím viac index rentability projektu presahuje hodnotu 1, tým je projekt ekonomicky výhodnejší (Scholleová, 2012).

Podľa Valacha a kol. (2010), s čistou súčasťou hodnotou investičného projektu tesne súvisí index ziskovosti. Predstavuje relatívny ukazateľ, vyjadrujúci pomer očakávaných diskontovaných peňažných príjmov z projektu k počiatočným výdajom. Zatiaľ čo čistá súčasť hodnota predstavuje absolútne vyjadrený rozdiel medzi diskontovanými peňažnými príjmami z projektu a kapitálovými výdajmi, index rentability vyjadruje podiel diskontovaných peňažných príjmov a kapitálových výdajov. Vyplýva, že kedykoľvek ak je čistá súčasť hodnota pozitívna, index rentability je  $> 1$ , investičný projekt je pre podnik prijateľný. Pri zápornej čistej súčasť hodnote je index  $< 1$ . Index rentability sa doporučuje používať ako kritérium výberu investičných variánt projektov vtedy, keď sa má vyberať medzi niekoľkými projektmi, ale kapitálové zdroje sú obmedzené – to znamená, že není možné prijať všetky projekty, aj keď majú pozitívnu čistú súčasť hodnotu.

## 3 Praktická časť

### 3.1 Titulná strana

V nasledujúcej časti bakalárskej práce je vytvorenie samotného podnikateľského plánu. Tento plán je vytvorený pre vznik fiktívnej firmy so zameraním na pohostinskú činnosť na základe reálnych skutočností.

**Tabuľka 5: Základné informácie**

Názov firmy	Zig Zag s.r.o.
Sídlo	Kopečná 14, 60200, Brno
Zodpovedný vedúci	Ivan Vreštiak, Igor Vreštiak
Kontakt	Tel: +420 722 211 165
	E-mail: zigzagbar@gmail.com
	Internetová adresa: www.zigzagbar.cz
Predmet podnikania	Pohostinská činnosť
	Predaj kvasného liehu, konzumného liehu a liehovín
Právna forma podnikania	s.r.o.
Dátum zahájenia podnikateľskej činnosti	01.08.2016
Dátum zápisu do OR	bez zápisu - fiktívna firma

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Obrázok 1: Logo podniku**



Zdroj: Vlastné spracovanie

## 3.2 Opis firmy

### 3.2.1 Predmet podnikateľskej aktivity

Predmetom podnikateľskej činnosti je pohostinská činnosť. Náplňou tejto činnosti je príprava a predaj pokrmov a nápojov určených k bezprostrednej spotrebe v prevádzke, v ktorej sú predávané. V rámci tejto živnosti je možné poskytovať ubytovanie. Pokiaľ zostane zachovaná povaha živnosti, je možné prevádzkovať predaj pomocou automatov, doplnkový predaj, predaj pokrmov a nápojov cez ulicu, požičiavanie stolných spoločenských hier a prevádzkovanie hier (MPO, 2011).

Podnik je situovaný v centre mesta a je zameraný na predaj tabakových výrobkov, alkoholických a nealkoholických nápojov, či už sa jedná o najkvalitnejšie vína z oblasti južnej Moravy, kvalitné značky whisky a rumu od svetových výrobcov a v neposlednej rade viac ako 10 druhov piva.

**Tabuľka 6: Prevádzková doba**

Prevádzková doba	Čas
Pondelok	15:00 - 01:00
Utorok	15:00 - 01:00
Streda	15:00 - 01:00
Štvrtok	15:00 - 01:00
Piatok	15:00 - 03:00
Sobota	15:00 - 03:00
Nedeľa	15:00 - 01:00

Zdroj: Vlastné spracovanie

Keďže sa v podniku nebude variť a využívať kuchyňa je predpoklad nízkeho počtu zákazníkov v dopoludňajších hodinách. Preto je stanovená prevádzková doba od 15:00 – 01.00 a vo vyťaženejších dňoch ako piatok a sobota budú otváracie hodiny predĺžené do 03.00. Otváracia doba sa však pri zvýšenej návštevnosti môže meniť.

### 3.2.2 Založenie spoločnosti s ručením obmedzeným

Založením spoločnosti s ručením obmedzeným bude poverená firma Altaxo SE s pobočkou v Brne, ktorá sa zakladaním takýchto spoločností zaoberá. Rýchlosť založenia spoločnosti na mieru sa realizuje obvykle do 8 pracovných dní. Založenie spoločnosti s ručením obmedzeným je pomerne zdĺhavý proces, ktorý v súčasnosti väčšinou viazne na rýchlosti odbavovania na úradoch. Týmto eliminujeme možné problémy, ktoré môžu pri zakladaní spoločnosti s ručením obmedzeným nastať a to nedostatočnou dokumentáciou a následnou časovou stratou. Spoločnosť Altaxo SE založí novovytvorený podnikateľský subjekt v nasledujúcich krokoch, ktoré sú popísané nižšie.

*Spísanie spoločenskej zmluvy medzi jednatelmi vo forme notárskeho zápisu. Spoločenská zmluva musí obsahovať: firmu a sídlo spoločnosti, určenie spoločníkov uvedením firmy alebo názvu sídla právnickej osoby alebo mena a bydliska fyzickej osoby, predmet podnikania, výšku vkladu každého spoločníka vrátane spôsobu a lehoty splácania vkladu, výšku základného kapitálu, mená a bydliská prvých jednatelov spoločnosti a spôsob, akým jednájú menom spoločnosti, určenie správcu vkladu a iné údaje, ktoré si vyžaduje zákon.*

Pre podnikanie v gastronómii je dôležité *získanie živnostenského oprávnenia* na prevádzku pohostinskej činnosti. Vybavenie živnostenského oprávnenia bude na Živnostenskom úrade mesta Brna (ŽÚmB), ktorý vedie živnostenský register. V tomto prípade je nutné preukázať odbornú spôsobilosť alebo dokladovať kvalifikáciu v odbore, ktoré sú popísané v kapitole 2.1.3 Zvláštne podmienky prevádzkovania živnosti. V prípade, že podnikateľ (majiteľ) danú kvalifikáciu alebo prax v odbore nemá je nutné stanoviť zodpovednú osobu, ktorá sa podpíše ako odborný zástupca (poradca) a tak zaistí podnikanie v odbore. Následne po šiestich rokoch činnosti v odbore je možné meno tejto zodpovednej osoby zmeniť za majiteľovo, keďže dosiahne požadovanú kvalifikáciu. Zodpovednou osobou v tomto prípade je Ivan Vreštiak, ktorý je jeden z majiteľov a absolvoval 5 ročné denné štúdium na Strednej hotelovej akadémii v Košiciach, ukončené maturitnou skúškou v odbore Hotelový a gastronomický management. Týmto splnil

podmienky pre získanie potrebného živnostenského oprávnenia na prevádzkovanie danej činnosti.

*Zloženie základného kapitálu* bude v Komerčnej banke na bankový účet pre zloženie základného kapitálu pri zakladaní obchodnej spoločnosti. Tento účet je zriadený na základe žiadosti správcu vkladu, ktorým je Igor Vreštiak a výška vkladu závisí na čiastke uvedenej v spoločenskej zmluve. Základným kapitálom je 200 000 Kč a je tvorený oboma spoločníkmi spoločnosti: Igor Vreštiak vo výške 100 000 Kč a Ivan Vreštiak vo výške 100 000 Kč. S prostriedkami nachádzajúcimi sa na tomto účte nemôže disponovať nikto iný ako správca vkladu. Prostriedky je možné na tento účet vkladať bezhotovostne alebo hotovostne. S vloženými prostriedkami môžu jednatelia disponovať až po zápise vzniknutej spoločnosti do obchodného registra a budú uvoľnené až správca vkladu donesie výpis z obchodného registra, z ktorého bude jasné, že daná spoločnosť existuje. Následne po vzniku spoločnosti je daný účet prevedený na Profí účet, pričom najvýhodnejšou alternatívou, ktorá pripadá v úvahu je využitie kombinácie Profí účtu s balíčkom Můj účet, kedy získame vedenie účtu v banke zadarmo.

*Návrh na zápis do obchodného registra.* Banka po zložení základného kapitálu vystaví na meno spoločnosti potvrdenie o zložení základného kapitálu. Správca vkladu následne spracuje prehlásenie o zložení kapitálu a toto prehlásenie aj s potvrdením z banky priloží k návrhu na zápis spoločnosti s ručením obmedzeným do obchodného registra.

V súlade s § 18 zákona č. 304/2013 Sb., o verejných registroch právnických a fyzických osôb a § 17 nariadenia vlády č. 351/2013 Sb., musia byť návrhy na zápis, zmenu alebo výmaz zápisu vo verejnom registri, ktoré vykonáva registrový súd, podané výlučne prostredníctvom elektronicky vyplneného formulára, ktorý je dostupný na internetových stránkach Ministerstva spravodlivosti ČR ([businessinfo.cz](http://businessinfo.cz), 2016).

*Prihlásenie na finančnom úrade* prebehne na Finančnom úrade pre Jihomoravský kraj, Územné pracovisko Brno I. Povinnosť na podanie prihlášky k registrácii poplatníka

dane z príjmu pre právnickú osobu je do 30 dní odo dňa, kedy začne vykonávať činnosť, ktorá je zdrojom príjmov.

### **3.2.3 Priestorové zaistenie**

Typ budovy: Tehlová, zrekonštruovaná

Typ: Prenájom

Užitková plocha: 170 m<sup>2</sup>

Počiatočne budú priestory riešené prenájomom no v budúcnosti je záujem o odkúpenie priestorov do súkromného vlastníctva. Tohoto dosiahneme zmluvou o budúcom odkupe nehnuteľnosti, ktorú by sme spísali so súčasným majiteľom. V úvahu pripadajú zrekonštruované priestory k prenájomu s odstúpným za zavedený Whisky Bar Valevil, ktorý sa nachádza v centre Brna pod katedrálou Petra a Pavla s veľkosťou 170 m<sup>2</sup> na Kopečnej ulici. Bar je zariadený v anglosaskom štýle s celodreveným masívnym obložením. Z masívu je taktiež všetok nábytok nachádzajúci sa v bare. Priestory sú k dispozícii v kompletnom vybavení a k okamžitému použitiu vrátane personálu, čo je však na zvažení majiteľov. K baru taktiež prináleží vonkajšia letná záhradka. Celková vnútorná kapacita podniku je 35 miest na sedenie a pri využití vonkajšej záhradky, ktorá má 20 miest na sedenie je celková maximálna kapacita 55 miest. Samotný bar je profilovaný ako bar s ponukou piva, vína a alkoholických a nealkoholických nápojov. Nachádza sa tu aj štýlová kuchyňa, ktorá však nebude využívaná na prípravu jedál. Avšak využitie kuchyne môže byť vhodnou príležitosťou do budúcnosti v prípade rozšírenia portfólia podniku, kde je možná príprava ranného a denného menu. K baru prináležia aj ďalšie 3 miestnosti a to sklad nápojov, sklad potravín a kancelária. Bar bol kolaudovaný v roku 2012 a prináležia k tomu aj parkovacie miesta pred podnikom.

**Obrázok 2: Umiestnenie podniku**



Zdroj: [www.google.sk/maps](http://www.google.sk/maps)

### 3.2.4 Stroje a zariadenie

Súčasťou odstupného v hodnote 350 000 Kč za bar je nasledovné vybavenie podniku. V prípade potreby budú potrebné zariadenia dokúpené. Kuchyňa je plne vybavená no v začiatkoch není naplánovaná príprava pokrmov. To však samozrejme pripadá v úvahu v budúcnosti, čo môže byť zaujímavé využitie príležitosti pre rozšírenie produktov a služieb podniku. Predstavuje to však značné zvýšenie nákladov jednak na zamestnancov, množstva tovaru, ale aj povolení, ktoré je potrebné pri pripravovaní pokrmov získať.

#### BAR

1x reštauračný a pokladný systém SEPTIM	3x upevnenie TV na stenu
3x veľký stôl	zabudované vešiaky
6x malý stôl	1x HIFI systém AIWA s reproduktormi
6x barová stolička čalúnená	1x pokladňa
40x stolička	1x wifi router
1x barový pult	1x vinotéka

zariadenie za barom (zrkadlo, polička)  
36x nástenná lampa  
3x veľká farebná televízia (3x LCD)

1x výrobník ľadu  
1x mlynček na kávu  
1x barový mixér

### **KUCHYŇA**

1x nerezový stôl s drezom  
1x nerezový stôl  
1x mikrovlnná rúra  
2x chladnička  
2x mraznička  
1x fritéza

1x plynový šporák s elektrickou rúrou  
1x umývačka riadu  
1x nerezový regál  
4x nerezová polica  
1x váha

### **SKLAD**

1x vysávač KÄRCHER  
1x satelit  
2x metla  
hygienické prostriedky  
4x veľká polica na tovar

### **KANCELÁRIA**

1x veľká skriňa  
2x kreslo  
1x písací stôl  
1x kopírka Canon  
1x PC  
2x polica

### **LETNÁ ZÁHRADKA**

5x malý stôl  
20x stolička



### 3.2.5 SWOT analýza

Ide o obecný analytický rámec a postup, ktorý identifikuje a posudzuje významnosť faktorov z pohľadu silných (Strengths) a slabých (Weaknesses) stránok skúmaného objektu, teda v našom prípade samotného podnikateľského zámeru a budúceho podniku, a ďalej z pohľadu príležitostí (Opportunities) a hrozieb (Threats), ktorým je alebo bude skúmaný objekt, teda podnik vystavený (Koráb a kol., 2008). Dôležité je, aby bola SWOT analýza vždy relevantná, tj. v prípade riešenia business stratégie by v nej malo byť zahrnuté len to, čo sa rozhodovania o business stratégii týka (Červený a kol., 2014).

Obrázok 3: SWOT analýza

<b>S</b> <b>Strengths</b> <b>(Silné stránky)</b>	<b>W</b> <b>Weaknesses</b> <b>(Slabé stránky)</b>
<b>O</b> <b>Opportunities</b> <b>(Príležitosti)</b>	<b>T</b> <b>Threats</b> <b>(Hrozby)</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie

Vnútorne prostredie:

Silné stránky:

- vzhľad podniku,
- lokalita,
- dobrá dopravná dostupnosť,
- široký sortiment nápojov,
- parkovisko,
- profesionálny prístup ku zákazníkom,
- blízkosť centra mesta,
- letná záhradka,
- zabehnutý podnik.

Slabé stránky:

- nízky počet zákazníkov,
- vzťah s dodávateľmi,
- potreba kvalifikovaných zamestnancov,
- skúsenosti v odbore.

Vonkajšie prostredie:

Príležitosti:

- rozširovanie ponúkaných produktov,
- spolupráca s inými podnikmi,
- využitie letnej terasy v letnom období,
- usporiadanie rôznych akcií,
- využitie kuchyne v budúcnosti.

Hrozby:

- zvyšovanie cien od dodávateľov,
- príchod ďalšieho konkurenta,
- nízky počet zákazníkov,
- zhoršenie vzťahu s prenajímateľom,
- problémy spojené s finančnou situáciou.

### **3.2.6 Stratégia podniku**

#### **Misia podniku**

Misiou firmy Zig Zag s.r.o., je zvýšiť spoločenskú atraktivnosť pre domácich, ale aj zahraničných návštevníkov centra Brna.

#### **Vízia podniku**

Zig Zag s.r.o., bude spoločnosť zameraná na pohostinskú činnosť v oblasti mesta Brna. V portfóliu podniku budú alkoholické a nealkoholické nápoje, vína, pивá a tabakové výrobky. Medzi služby patrí realizovanie spoločenských a súkromných akcií, živá hudba, posedenie na vonkajšej terase, rôzne ochutnávky produktov a pod. Zákazníci budú

prevažne študenti a aktívny ľudia v rokoch od 18 – 65 rokov. Podnik sa bude usilovať o získanie popredného miesta na trhu zvyšovaním kvalifikácie pracovníkov v oblasti gastronómie a pohostinskej činnosti, cenovou dostupnosťou produktov a konkurencieschopnosťou v danej oblasti.

### **Dlhodobé ciele**

- dosiahnutie ročného zisku 15%,
- zvýšenie počtu zákazníkov mesačne o 5%,
- udržanie si silnej pozície na trhu,
- modernizácia systémov a vybavenia,
- zvyšovanie motivácie a kvalifikácie pracovníkov,
- získanie priestorov do súkromného vlastníctva.

### **Krátkodobé ciele**

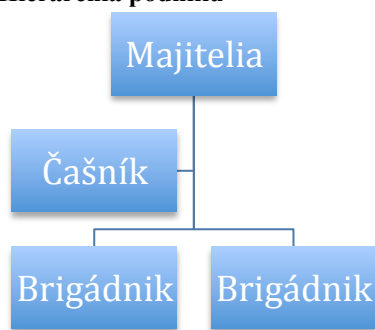
- zaobstaranie priestorov do podnájmu,
- zaobstaranie dostatočných finančných prostriedkov,
- rozšíriť povedomie o podniku,
- nadviazať stabilné kontakty s dodávateľmi,
- zabezpečiť maximálnu spokojnosť zákazníkov,
- zabezpečenie chodu podniku v prvých mesiacoch.

## **3.3 Manažment (organizačný plán)**

### **3.3.1 Systém riadenia**

Majitelia sú nadriadený všetkým zamestnancom spoločnosti a zodpovedajú za výsledok hospodárenia podniku, určujú strategické a taktické ciele spoločnosti. Starajú sa o dodatočnú propagáciu, riešia právne spory, otázky, vyberajú dodávateľov a uzatvárajú zmluvy aj dohody v mene spoločnosti. Starajú sa o správne vedenie účtovníctva, o úhradu firemných záväzkov, inkaso pohľadávok a výpočet miezd. Všetci zamestnanci sa zodpovedajú majiteľom, s ktorými riešia súvisiace nezrovnalosti poprípade problémy, ktoré môžu nastať v priebehu činnosti.

**Obrázok 4: Hierarchia podniku**



Zdroj: Vlastné spracovanie

### 3.3.2 Zamestnanci

**Tabuľka 7: Zamestnanci**

Zamestnanci	Počet
Čašník/Čašníčka	1
Brigádnici	1-2

Zdroj: Vlastné spracovanie

Podnik bude mať dvoch majiteľov, z ktorých jeden ako zodpovedný vedúci prevádzky bude pracovať taktiež ako čašník a druhý bude mať na starosti administratívu a propagáciu spojenú s prevádzkovaním podniku a pod.

Čašník/Čašníčka na trvalý pracovný pomer sa bude striedať vždy po 2 celodenných smenách, po ktorých bude mať 2 dni voľna, dohoda medzi čašníkmi o výmene smeny je možná po dohode s majiteľmi.

V prípade vyťaženejších dní a v letných mesiacoch siahne vedenie podniku po dodatočnej pracovnej sile v podobe brigádnikov. Brigádnici budú z radov študentov, ktorí budú pracovať na základe dohody o pracovnej činnosti najmä v popoludňajších hodinách. Hodinová mzda pre pracujúceho brigádnika bude 70 Kč/h. Bežne sa počíta so zamestnaním jedného brigádnika na vyťaženejšie dni ako sú piatok a sobota, teda 8 dní v mesiaci dokopy 10 hodín denne, čo je predpokladaných 80 hodín mesačne. V letných mesiacoch (máj – august), počas využitia letnej záhradky budú zamestnaní dvaja brigádnici, ktorí budú pracovať najmä v popoludňajších hodinách a cez víkendy, kde sa predpokladá dokopy približne 200 hodín mesačne.

Pracovnou náplňou čašníka/čašníčky a brigádnikov sú: príprava nápojov, prijímanie objednávok od zákazníkov, roznášanie objednávok, odnášanie zo stolov, upravovanie

stolov po odchode zákazníkov pre nasledujúcich príchodiacich a upratovanie prevádzky po skončení pracovných hodín. Taktiež zadávanie objednávok do pokladne a vydávanie dokladov o zaplatení. Čašník je zodpovedný za prevádzku podniku a je nadriadený brigádnikom.

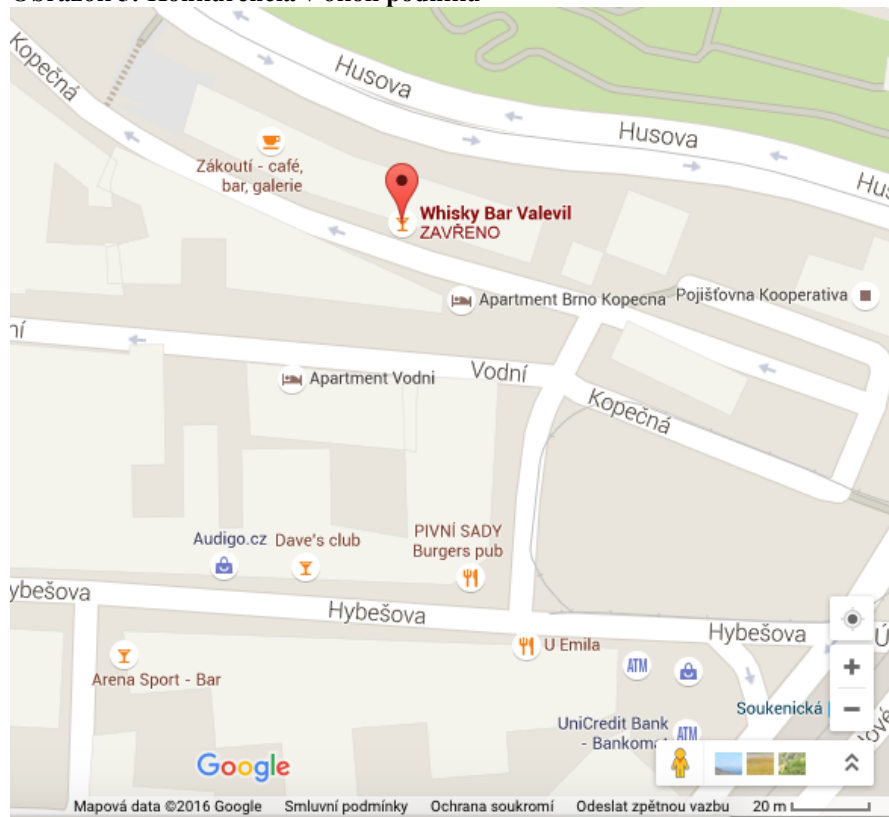
Hrubá mzda zamestnancov na trvalý pracovný pomer bude 14 044 Kč, je určená na základe priemerného hrubého platu čašníka/čašničky v gastronómii, cestovnom ruchu, hotelníctve v regióne Brno-mesto podľa dotazníku na stránke [www.platy.cz](http://www.platy.cz), ktorý zodpovedalo 27 respondentov. Mzda je vyplácaná k pätnástemu dňu nasledujúceho kalendárneho mesiaca, pričom v zmluve so zamestnancami je trojmesačná skúšobná lehota, ktorá je následne v prípade záujmu predĺžená na dobu neurčitú. Po skončení skúšobnej lehoty bude na základe ohodnotenia zamestnancov pripísaný bonus 2000 Kč v prípade dobrého ohodnotenia, táto čiastka môže byť prípadne aj strhnutá za neplnenie alebo zanedbávanie povinností spojených s pracovnou činnosťou. Všetci zamestnanci budú mať vytvorené vhodné pracovné podmienky, ktoré budú vyhovovať zákonníku práce. V prípade manipulácie so zariadeniami, ktoré vyžadujú určitú odbornú znalosť, budú zamestnanci riadne preškolení.

### **3.4 Trh a konkurencia**

#### **3.4.1 Rozbor konkurencie**

Jedným z hlavných problémov, ktoré musí podnikateľ pri aj pred začiatkom podnikateľskej činnosti riešiť je konkurencia. Postavenie podniku na trhu vo vzťahu ku konkurencii je veľmi dôležité. Čím je konkurencia väčšia, tým viac musíme reagovať na všetky jej podnety. Je potrebné posilovať silné stránky a snažiť sa o zníženie slabých stránok podniku. Konkurencia v oblasti pohostinskej činnosti je veľmi veľká, čo dokazuje aj množstvo barov, reštaurácií a kaviarní v centre Brna. V tejto časti sú uvedené podniky, ktoré sú v bezprostrednej blízkosti plánovaného baru.

**Obrázok 5: Konkurencia v okolí podniku**



Zdroj: [www.google.sk/maps](http://www.google.sk/maps)

**V okolí sa nachádzajú tieto podniky:**

**Zákoutí – café, bar, galerie**

Kopečná 241/20

Brno 60200

Tel.: +420 607 537 227

Pondelok - Piatok 10:00 – 22:00

Menšia kaviareň s galériou, ktorá je zaujímavá a moderne zariadená. Kaviareň, ponúka chutnú kávu, domáce limonády, dezerty, víno a taktiež ľahké denné menu. Koncept kaviarne je zameraný skôr na obchodné schôdzky. Medzi silné stránky môžeme zaradiť občasne realizované akcie ako kvízy, premietanie filmov alebo karaoke. Ďalej je tu oddelená fajčiarska a nefajčiarska časť, salónik a letná záhradka. K slabým stránkam patria predražené ceny, absencia parkovacích miest a webová stránka.

### **Dave's club**

Hybešova 8

Brno 60200

Tel.: +420 734 744 240

club@davesclub.cz

Pondelok – Nedeľa 17:00 – 03:00

Dave's club je zabehnutý gay & straight bar v centre Brna. Podnik pravidelne realizuje akcie, kde ponúka nápoje a drinky za akciové ceny. Podnik je novo zrekonštruovaný a ponúka zvýšenú kapacitu miest. Webová stránka podniku je dobre spracovaná, kde sú pridávané aj fotky z jednotlivých akcií. Podnik taktiež ponúka možnosť realizovania súkromných akcií, pre ktoré je možné vyhradiť časť baru. Mínusom je občasný problém s klimatizáciou priestorov a zameranie sa len na určitú klientelu podniku.

### **Pivní sady – burgers pub**

Nádražní 178/22 (Nové Sady)

Brno 60200

Tel.: +420 733 533 523

Pondelok – Piatok 11:00 – 01:00

Sobota 14:00 – 01:00

Nedeľa 14:00 – 23:00

Pivní sady – burgers pub je priestranný podnik v centre Brna zameraný na prípravu hamburgerov, ktorý ponúka 3 druhy čapovaného piva. Táto kombinácia je zásadnou silnou stránkou podniku. Burgery chutné a za prijateľné ceny, obsluha je priemerná a podnik pripravuje jedlo aj vo večerných hodinách. Nevýhodou podniku je slabšie oddelená fajčiarska časť od nefajčiarskej, čo môže zákazníkom v čase obeda značne vadit' a taktiež aj mierna hlučnosť v podniku.

### **Arena Sport – Bar**

Hybešova 259/21

602 00 Brno

Tel.: +420 543 212 506

Pondelok – Štvrtok	09:00 – 00:00
Piatok	09:00 – 02:00
Sobota	10:00 – 02:00
Nedeľa	10:00 – 00:00

Arena Sport – Bar je ďalší podnik nachádzajúci sa v blízkosti plánovaného podniku a je zameraný najmä na športových priaznivcov, ktorí si tu môžu pozrieť rôzne športové programy na viacerých televíziách s kapacitou 130 ľudí. Podnik je zameraný na prípravu pokrmov a najmä široký výber pivných špecialít. K silným stránkam patria letná terasa využívaná aj v zime, možnosť sledovania priamych športových prenosov s dobrou atmosférou, širší výber piva, kuchyňa a možnosť stávkárskeho servisu prostredníctvom stávkovej kancelárie Tip sport. Nevýhodou je zafajčené prostredie, zvýšená hlučnosť a občas priemerné jedlo.

### **Restaurace U Emila**

Hybešova 224/13

602 00 Brno

Tel.: +420 515 547 071

uemila@restauraceuemila.cz

Pondelok – Piatok 08:00 – 23:00

Sobota 11:00 – 14:00

Restaurace U Emila sa nachádza v centre mesta s výhľadom na katedrálu svätého Petra a Pavla. Ide o tradičnú „hospodu“ s kapacitou 100 miest, ktorá sa zameriava na prípravu pokrmov a denného menu. Výhodou sú nízke ceny a priateľská obsluha. Je tu taktiež možnosť využiť priestory pre súkromné akcie. Nevýhodou je absencia parkovacích miest, nefajčiarska je len časť podniku v dobe obeda a jedlo samo o sebe je priemerné.

### **3.4.2 Dodávateľia**

#### **TRAFFIC a.s.**

Kaštanová 489/3

Brno, Brněnské Ivanovice



Spoločnosť je zameraná na veľkoobchodnú činnosť v oblasti potravín, tabakových výrobkov a doplnkového sortimentu. Na českom trhu pôsobí spoločnosť už 17 rokov a distribučné centrum sa nachádza v Brne. Táto spoločnosť bude podniku dodávať najmä tabakové výrobky a s nimi spojený sortiment.

**JASO-CASH and CARRY, s.r.o.**

Masná 27/9

Brno 60200

Počiatky spoločnosti siahajú do roku 1991. Zameraná hlavne na distribúciu sudového a fľaškového piva no okrem toho aj na alkoholické a nealkoholické nápoje. Cieľom spoločnosti je rozširovať okruh odberateľov, zlepšovať celkový servis a znižovať ceny produktov.

**Maneo, s.r.o.**

Žilkova 2

Brno 621 00, Řečkovice

Maneo s.r.o. na českom trhu pôsobí už od roku 1996. Zameriava sa na zásobovanie gastronomických prevádzok a jej sortiment obsahuje množstvo položiek z radov alkoholických a nealkoholických nápojov, vín a podobne.

**Vinné sklepy Lechovice, spol. s.r.o.**

Hybešova 26

Brno 602 00

Vinné sklepy Lechovice sú najväčším výrobcom vína z vlastných viníc v Znojemskej vinárskej podoblasti. Zo spoločnosti budú dodávané vína a sekty vysokej kvality.

**HYVEco trading, s.r.o.**

Hybešova 1

Brno 602 00

Firma Hyveco s.r.o. vznikla v roku 1997. Primárne zameraná na predaj alkoholických a nealkoholických nápojov, cigariet, kávy, ale aj iných potrieb pre gastronómiu. Zameraná

taktiež na import a export tovaru s krajinami Európskej únie. Poskytuje vysoký štandard kvality za výhodné ceny.

### **Coca-Cola HBC, Česká republika – provozovna Brno**

Evropská 868 – CTPark Modřice

Modřice 664 42

Spoločnosť je na trhu od roku 1991. V Českej republike prevádzkuje 2 výrobné závody a 14 distribučných centier. Firma zameraná na výrobu, predaj a distribúciu nealkoholických nápojov jedného z najväčších výrobcov týchto nápojov a to spoločnosti The Coca-Cola Company.

### **RUOLF JELÍNEK, a.s.**

Jezuitská 582/17

Brno-město

Firma zameraná na výrobu alkoholických nápojov a to najmä destilátov. Spoločnosť s dlhoročnou tradíciou, ktorá vznikla v roku 1894. Vysoká kvalita produktov, ktoré sú vyrábané zo surovín z vlastných sádov.

### **Pivovar Starobrno**

Hlinky 160/12

Brno 661 47

Pivovar s dlhoročnou tradíciou výroby piva.

## **3.5 Marketing**

### **3.5.1 Marketingový plán**

#### **Cena**

Cena bude stanovená na základe pripočítania marže k zriaďovacím a prevádzkovým nákladom. Marža bude pri alkoholických nápojoch v rozmedzí 80-110% z nákupnej ceny, avšak treba počítať aj s ostatnými faktormi. Popri započítaní marže je taktiež dôležité zohľadniť aj ceny konkurenčných podnikov v okolí a následne tomu prispôso-

biť konečnú cenu. Zároveň musí byť táto cena nastavená tak, aby bola prijateľná pre zákazníkov.

### **Produkt**

Podnik je profilovaný ako bar, zameraný na predaj kvalitných produktov za prijateľné ceny pre zákazníka. Medzi ne patria najmä alkoholické a nealkoholické nápoje svetových ale i domácich značiek, ponuka viac ako 10 druhov piva či už čapovaného alebo fľaškového z pivovarov Starobrno, Plzeňský Prazdroj a ďalších. Ďalej ponuka vín značky Lechovice z vlastných viníc v Znojemskej vinárskej podoblasti. Káva od spoločnosti Lavazza, ponuka čajov sypaných alebo sáčkových a predaj tabakových výrobkov. Sezónne sa bude ponuka prispôsobovať, napríklad zaradením vareného vína do ponuky v zimných mesiacoch.

Medzi služby, ktoré podnik ponúka je možnosť realizovať spoločenské alebo súkromné akcie. Občasné zriaďovanie akcií ako kvízy, košty vína alebo alkoholických nápojov alebo živá hudba v podniku. V letných mesiacoch je možné posedenie na vonkajšej letnej záhradke s obsluhou.

**Tabuľka 8: Prvotné zásoby**

<b>Prvotné zásoby</b>	cena s DPH
Pivo	24 717,00 Kč
Káva a čaj	1 917,20 Kč
Alkoholické nápoje	46 559,50 Kč
Víno	10 025,70 Kč
Sekty a šampanské	3 050,00 Kč
Nealkoholické nápoje	7 908,00 Kč
Tabakové výrobky	3 834,20 Kč

Zdroj: Vlastné spracovanie

### **Distribúcia**

Distribúcia vzhľadom k zákazníkom bude prebiehať prostredníctvom priameho predaja v podniku. Dodávatelia sa väčšinou nachádzajú v oblasti mesta Brna popri prípade v blízkom okruhu a doručujú tovar prostredníctvom priamej distribúcie, buď zadarmo v prípade objednávky nad určitú sumu alebo za stanovené poplatky. V prípade menších ob-

jednávok alebo v prípade zakúpenia drobných položiek sa využije osobný automobil spoločníkov.

### **Reklama a propagácia**

Podnik bude propagovaný najmä cez vlastnú vytvorenú webovú stránku. Na tejto stránke bude fotogaléria vzhľadu podniku, menu a kontakty. Bude možné vytvárať rezervácie a objednávky. Webová stránka bude vytvorená prostredníctvom spoločnosti Webnode (www.webnode.cz), ktorá sprostredkuje nástroje pre vytvorenie vlastného webu. Balíček služieb Standard za 249 Kč mesačne, ktorý využijeme obsahuje 1000 MB priestoru, 20 GB prenosu dát, 20 e-mailov, použitie vlastnej domény, prémiovú podporu, viacjazyčnosť, zálohovanie a obnovu dát a úpravu pätičky. Je možné si vybrať rôzne šablóny s design-om, ktoré budú vyhovovať našim predstavám. Ďalej bude vytvorený profil na sociálnej sieti kde bude pridávaný obsah súvisiaci s prevádzkou podniku, rôzne novinky, ktoré v podniku budú realizované. Prostredníctvom tohoto profilu bude prebiehať oznamovanie rôznych akcií, výhod pre zákazníkov a komunikácia so zákazníkmi. Taktiež bude využitá reklama na sociálnej sieti kde je možné si nastaviť rozpočet, či už dlhodobý alebo denný. Výšku rozpočtu sme sa rozhodli určiť na sume 5000 Kč mesačne. Pri vstupovaní podniku na trh bude využité propagovanie pomocou letákov a vizitiek, ktoré budú rozdávať brigádnici v centre Brna na miestach s vysokou koncentráciou obyvateľstva. Týmto spôsobom sa rozšíri povedomie o novovzniknutom bare, ktorý v Brne vzniká. Letáky a vizitky dodá spoločnosť Ceník tisku CZ, ceny jednotlivých položiek sú uvedené v Tabuľke č. 9: Propagácia.

**Tabuľka 9: Propagácia**

<b>Propagácia</b>	<b>Kč</b>
Web stránka/mesiac	249,00 Kč
Reklama na sociálnej sieti/mesiac	5 000,00 Kč
Letáky A6 5000 ks	1 705,00 Kč
Vizitky 1000 ks	1 431,00 Kč

Zdroj: Vlastné spracovanie

## 3.6 Finančný plán

### 3.6.1 Zdroje financovania

Zdrojom financovania podnikateľského zámeru bude vlastný kapitál v celkovej hodnote 1 200 000 Kč, financovaný z vlastných zdrojov. Majitelia podniku zložia pri zakladaní spoločnosti s ručením obmedzeným základný kapitál vo výške 200 000 Kč. Každý rovným dielom po 100 000 Kč. Možnosť využitia cudzieho kapitálu formou bankového úveru pripadá v úvahu po 1 roku podnikateľskej činnosti, keďže banka vyžaduje mať uzavreté jedno účtovné obdobie.

### 3.6.2 Výnosy

Pri predpokladaných výnosoch vychádzame z pesimistického, realistického a optimistického hľadiska, pričom pomer návštevnosti baru je 75%:100%:125%. Na základe pozorovania café-baru Dieci s podobnou kapacitou aj podobnou lokalitou a informáciami získanými od predchádzajúceho majiteľa podniku sa určila priemerná denná návštevnosť podniku na 30 ľudí, pričom v dni ako piatok a sobota je návštevnosť vyššia približne o 20%. Z toho je vypočítaná týždenná návštevnosť  $(30*5)+(30*2*1,2)$ , v ktorej sú zahrnuté vyťaženejšie dni ako piatok a sobota. Následne mesačná návštevnosť  $((30*5)+(30*2*1,2))*4$ . V letných mesiacoch je zvýšená kapacita podniku o letnú záhradku, ktorá bude otvorená 4 mesiace v roku od mája do augusta, pričom sa návštevnosť zvýši predpokladane o ďalších 20%. Počet návštevníkov počas prevádzkovania letnej záhradky je vypočítaná ako mesačný počet návštevníkov vynásobený 20 percentami. Plánovaný denný obrat je vypočítaný ako súčin dennej návštevnosti a priemernej útraty. Predpokladaná priemerná útrata na zákazníka je určená 150 Kč, čo je realistická suma v danej lokalite s ponúkaným sortimentom.

Tabuľka 10: Predpokladané výnosy

Výnosy	Pesimistický	Realistický	Optimistický
Denná návštevnosť	22,5	30	37,5
Týždenná návštevnosť	166,5	222	277,5
Mesačná návštevnosť	666	888	1110
Mesačná návštevnosť s letnou záhradkou	799,2	1065,6	1332

Priemerná útrata	150,00 Kč	150,00 Kč	150,00 Kč
Denný obrat	3 375,00 Kč	4 500,00 Kč	5 625,00 Kč
Mesačný obrat	99 900,00 Kč	133 200,00 Kč	166 500,00 Kč

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Tabuľka 11: Predpokladané výnosy v ďalších rokoch**

Výnosy/rok	Pesimistický	Realistický	Optimistický
2016	519 480,00 Kč	692 640,00 Kč	865 800,00 Kč
2017	1 278 720,00 Kč	1 704 960,00 Kč	2 131 200,00 Kč
2018	1 406 592,00 Kč	1 790 208,00 Kč	2 237 760,00 Kč
2019	1 547 251,20 Kč	1 879 718,40 Kč	2 349 648,00 Kč
2020	1 701 976,32 Kč	1 973 704,32 Kč	2 467 130,40 Kč

Zdroj: Vlastné spracovanie

Pre rok 2016 sú vypočítané predbežné výnosy pre obdobie do konca roka, čo je od augusta do decembra. Následne od roku 2017 sú výnosy vypočítané pre obdobie celého kalendárneho roka. Predpokladá sa medziročný nárast tržieb o 5% z dôvodu zvýšenia povedomia o podniku a s tým spojený nárast počtu zákazníkov.

### 3.6.3 Náklady

**Tabuľka 12: Počiatočné investície pred začiatkom podnikania**

Naklady spojené s vybavovaním s.r.o.	17 900,00 Kč
Kaucia 3 nájmov za priestory	72 600,00 Kč
Provízia realitnej kancelárii	48 400,00 Kč
Odstupné za bar	350 000,00 Kč
Počiatočné zásoby tovaru	98 011,60 Kč
Reklama a propagácia	8 385,00 Kč
Celkom	595 296,60 Kč

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Tabuľka 13: Prevádzkové náklady do konca roka 2016**

<b>Náklady na prevádzku do konca roka 2016</b>	<b>Kč</b>
Nájom s DPH a energiami	121 000,00 Kč
Internet + TV	3 000,00 Kč
Poistenie	2 333,33 Kč
Tovar	235 227,84 Kč
Účtovníctvo	15 000,00 Kč
Mobilný telefón	3 500,00 Kč

Reklama a propagácia	20 996,00 Kč
Letná záhradka	2 000,00 Kč
Celkom	403 057,17 Kč

Zdroj: Vlastné spracovanie

Doplňovanie mesačných zásob tovaru v nasledujúcich mesiacoch bude vo výške 60% oproti počiatočným zásobám tovaru.

**Tabuľka 14: Osobné náklady**

Mzdy/Rok	Kč
2016	135 855,00 Kč
2017	378 890,40 Kč
2018	399 630,12 Kč
2019	413 856,00 Kč
2020	428 796,00 Kč

Zdroj: Vlastné spracovanie

Vo výpočte sú zahrnuté mzdy zamestnancov, brigádnikov a odvody na zamestnancov. V roku 2017 sa predpokladá zvýšenie hrubej mesačnej mzdy čašníka o 5% z 14 044 Kč na 14 746,2 Kč a brigádnikom sa zvýši hodinová mzda o 5 Kč tj. zo 70 Kč/h na 75 Kč/h. V roku 2018 sa obdobne hrubá mesačná mzda čašníka zvýši o 5% na 15 483,51 Kč a brigádnikom zo 75 Kč/h na 80 Kč/h. V nasledujúcich rokoch sa počíta už len s medziročným zvýšením hrubej mesačnej mzdy čašníka a to o 5%, hodinová mzda brigádnikov ostane 80 Kč/h.

**Tabuľka 15: Celkove náklady**

Rok	Pesimistický	Realistický	Optimistický
2016	1 107 263,16 Kč	1 134 208,77 Kč	1 161 154,38 Kč
2017	1 425 723,86 Kč	1 500 761,96 Kč	1 575 800,06 Kč
2018	1 466 742,16 Kč	1 543 939,11 Kč	1 621 136,07 Kč
2019	1 501 998,61 Kč	1 581 051,17 Kč	1 660 103,73 Kč
2020	1 538 368,32 Kč	1 619 335,07 Kč	1 700 301,83 Kč

Zdroj: Vlastné spracovanie

Pre rok 2016 sú kalkulované náklady v období od augusta do decembra 2016 pričom je zahrnutá počiatočná investícia, predpokladané mesačné prevádzkové náklady a náklady

na mzdy zamestnancov. Pre nasledujúce roky sa už počíta s obdobím celého kalendárneho roku. Pri pesimistickej variante sú predpokladané náklady znížené oproti realistickej variante o 5% a pri optimistickej naopak o 5% navýšené v porovnaní s realistickou variantou.

### 3.6.4 Hospodársky výsledok

Tabuľka 16: Hospodársky výsledok

HV	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Pesimistický</b>					
Výnosy za rok	519480	1278720	1406592	1547251	1701976
Náklady za rok	1107263	1425724	1466742	1501999	1538368
HV	-587783	-147004	-60150	45253	163608
Daň z príjmu PO (19%)	0	0	0	8598	31086
HV po zdanení	-587783	-147004	-60150	36655	132522
<b>Realistický</b>					
Výnosy za rok	692640	1704960	1790208	1879718	1973704
Náklady za rok	1134209	1500762	1543939	1581051	1619335
HV	-441569	204198	246269	298667	354369
Daň z príjmu PO (19%)	0	38798	46791	56747	67330
HV po zdanení	-441569	165400	199478	241920	287039
<b>Optimistický</b>					
Výnosy za rok	865800	2131200	2237760	2349648	2467130
Náklady za rok	1161154	1575800	1621136	1660104	1700302
HV	-295354	555400	616624	689544	766829
Daň z príjmu PO (19%)	0	105526	117159	131013	145697
HV po zdanení	-295354	449874	499465	558531	621131

Zdroj: Vlastné spracovanie

### 3.6.5 Cash flow

Nasledujúca tabuľka zobrazuje Cash flow v troch variantách v časovom období 5 rokov. Počiatočný stav peňažných prostriedkov je 1 200 000 Kč, ktoré boli investované do rozbehnutia podnikateľského zámeru. Keďže podnik je bar, tak tržby od zázaníkov budú prijaté pred ich odchodom z prevádzky a preto sú tržby rovné príjmom, doba splatnosti teda nastáva v danom okamihu. Náklady budú taktiež rovné výdajom keďže sú financované z krátkodobého finančného majetku.



Tabuľka 17: Cashflow

Cash flow	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Pesimistický</b>					
Počiatočný stav	1200000	612217	465213	405063	441717
Čistý zisk	-587783	-147004	-60150	36655	132522
Peňažný tok	-587783	-147004	-60150	36655	132522
Konečný stav	612217	465213	405063	441717	574240
<b>Realistický</b>					
Počiatočný stav	1200000	758431	923832	1123309	1365230
Čistý zisk	-441569	165400	199478	241920	287039
Peňažný tok	-441568	165400	199477	241920	287039
Konečný stav	758432	923831	1123309	1365230	1652269
<b>Optimistický</b>					
Počiatočný stav	1200000	904646	1354520	1853985	2412516
Čistý zisk	-295354	449874	499465	558531	621131
Peňažný tok	-295354	449874	499465	558531	621131
Konečný stav	904646	1354520	1853985	2412516	3033647

Zdroj: Vlastné spracovanie

### 3.6.6 Ekonomické ukazatele

**Vnútorne výnosové percento (IRR – Internal Rate of Return)** je číselne rovné diskontnej sadzbe, pri ktorej sa čistá súčasná hodnota rovná nule. Vnútorne výnosové percento je vypočítané pomocou funkcie XIRR v prostredí Microsoft Excel z dôvodu obtížnejšieho výpočtu ako pri čistej súčasnej hodnote. Dosadené boli údaje peňažných tokov v sledovanom 5 ročnom období vo variante pesimistickej, realistickej a optimistickej. Pri pesimistickej variante vychádza vnútorne výnosové percento -37%, pri realistickej 32% a pri optimistickej 158%. Z tohoto vyplýva, že ak firma bude dosahovať realistické alebo optimistické výsledky, uvedené v týchto variantách, bude projekt realizovateľný. Čím vyššia je hodnota vnútorného výnosového percenta, tým je aj vyššia návratnosť investície do projektu.

Vzorec pre výpočet vnútorného výnosového percenta:

$$-IN + \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1 + IRR)^i} = 0$$

**Čistá súčasná hodnota (NPV – Net Present Value)** je vypočítaná pre všetky tri varianty.

Vzorec pre výpočet čistej súčasnej hodnoty:

$$NPV = \frac{CF_1}{(1 + WACC)} + \frac{CF_2}{(1 + WACC)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1 + WACC)^n} = \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1 + WACC)^i}$$

Pesimistická varianta:

$$\begin{aligned} NPV &= \frac{-587\,783}{(1 + 0,15)^0} + \frac{-147\,004}{(1 + 0,15)^1} + \frac{-60\,150}{(1 + 0,15)^2} + \frac{36\,655}{(1 + 0,15)^3} + \frac{132\,522}{(1 + 0,15)^4} \\ &= -661\,222,01 \text{ Kč} \end{aligned}$$

Realistická varianta:

$$\begin{aligned} NPV &= \frac{-441\,568}{(1 + 0,15)^0} + \frac{165\,400}{(1 + 0,15)^1} + \frac{199\,477}{(1 + 0,15)^2} + \frac{241\,920}{(1 + 0,15)^3} + \frac{287\,039}{(1 + 0,15)^4} \\ &= 176\,281,58 \text{ Kč} \end{aligned}$$

Optimistická varianta:

$$\begin{aligned} NPV &= \frac{-295\,354}{(1 + 0,15)^0} + \frac{449\,874}{(1 + 0,15)^1} + \frac{499\,465}{(1 + 0,15)^2} + \frac{558\,531}{(1 + 0,15)^3} + \frac{621\,131}{(1 + 0,15)^4} \\ &= 1\,195\,904,30 \text{ Kč} \end{aligned}$$

Pre výpočet čistej súčasnej hodnoty bola diskontná miera (výnosové kritérium) určené majiteľmi na 15%. Pre výpočet boli dosadené údaje z peňažných tokov pri všetkých variantách za 5 ročné obdobie. Čistá súčasná hodnota pri pesimistickej variante je menšia ako nula, čo znamená, že diskontované peňažné príjmy sú nižšie než je kapitálový výdaj. V takomto prípade je projekt pre firmu neprijateľný, pretože nezaistuje vyžadovanú mieru výnosov a prijatím tohto projektu by sa znižovala tržobná hodnota firmy. Pri realistickej a optimistickej variante projekt už realizovateľný je, teda diskontované peňažné príjmy sú vyššie ako kapitálový výdaj. Hodnoty sú väčšie ako nula a čím vyššie sú hodnoty, tým lepšie. Je tu dosiahnutá požadovaná miera výnosov a tým sa zvyšuje aj tržobná hodnota firmy. Pri realistickej variante to znamená, že realizovaním projektu bude firma bohatšia o 176 281,58 Kč a pri optimistickej variante až o 1 195 904,30 Kč.

**Tabuľka 18: Ekonomické ukazatele**

Ekonomické ukazatele	Pesimistický	Realistický	Optimistický
Vnútoré výnosové percento	-37%	32%	158%
Čistá súčasná hodnota	-661 222,01 Kč	176 281,58 Kč	1 195 904,30 Kč

Zdroj: Vlastné spracovanie

### 3.7 Hodnotenie rizík

Najväčšie riziká pre podnik predstavuje:

- nedostatok finančných prostriedkov,
- nízky počet zákazníkov,
- poškodenie alebo krádež majetku,
- zamestnanci podniku,
- konkurencia.

Pre podnik predstavuje najväčšie riziko nedostatok finančných prostriedkov a neschopnosť splácať svoje záväzky. Je nutné vytvorenie určitej finančnej rezervy pre prvých 6 mesiacov od založenia spoločnosti, kedy sa môže stať, že výnosy spoločnosti nebudú v dostatočnej výške pokrývať náklady a tie budú môcť byť hradené z tejto rezervy.

V začiatkoch podnikania, kedy je povedomie o podniku malé, je nižší počet zákazníkov a tým sú príjmy spoločnosti nižšie než by bolo potrebné. Zvyšovanie a udržanie si zákazníkov je potrebné hlavne dobrou propagáciou podniku a poskytovaním kvalitných a cenovo dostupných služieb.

Poškodenie alebo krádež majetku je nepredvídateľná situácia, ktorá keď nastane, bude ju hradieť poisťovňa, keďže podnik bude pripoistený na ochranu majetku pred zlodejmi a vandalmi, pred živelnými pohromami a pokryje aj náklady na nové zaobstaranie majetku.

Podnik sa bude usilovať o udržanie si stálych zamestnancov aby nedochádzalo k častej zmene kolektívu, aby nevznikali problémy so skúsenosťou s riadením podniku a vzťahmi medzi zamestnancami.

Ďalším rizikom je príchod nového konkurenta na trh. Podnik bude sledovať aj konkurenčné podniky a reagovať na prípadné zmeny.

## 4 Záver

Témou tejto bakalárskej práce bolo vytvorenie podnikateľského plánu pre pohostinské zariadenie, konkrétne bar v centre Brna. Tento podnikateľský plán je zameraný na vytvorenie fiktívnej firmy, ktorá však môže byť premietnutá do reality. Toto odvetvie podnikania má určite potenciál, najmä vo väčších mestách a turistických centrách. Z tohoto pohľadu je centrum druhého najväčšieho a zároveň študentského mesta Brna vhodné pre tento podnikateľský zámer. Množstvo ľudí vyhľadáva príjemné posedenie a novootvorený podnik bude zvýšením a spestrením občianskej vybavenosti centra Brna. Na počiatku podnikania bude dôležité vytvorenie dobrého mena podniku a získanie zákazníkov, na ktorých bude smerovať marketingová kampaň. Dôležitú úlohu bude hrať aj webová stránka a stránka na sociálnej sieti, cez ktoré budú cieľoví zákazníci oslovovaný prostredníctvom noviniek, akcií a zliav. Na takéto chovanie bude určite reagovať aj konkurencia a tak bude časom potrebné aj inovovanie firemných prostriedkov a sortimentu. Týmito inováciami sa firma pokúsi osloviť širšie množstvo spotrebiteľov napríklad zmenou cenovej ponuky, rozšírením ponúkaných nápojov a služieb alebo zvýšením dôrazu na kvalifikáciu zamestnancov pre väčšiu spokojnosť zákazníkov.

Bol splnený vytýčený cieľ, ktorým bolo získanie a spracovanie informácií o založení spoločnosti s ručením obmedzeným a vypracovanie finančného plánu, ktorý dokumentuje predpokladané výnosy a náklady na prevádzku tohoto podniku. Priamym založením spoločnosti bude poverená externá firma, ktorá už má skúsenosti so zariadením spoločnosti s ručením obmedzeným. Týmto rozhodnutím sa taktiež skrátí čas a aj náklady na založenie firmy, ktoré by sa mohli zvyšovať opakovaným navštevovaním úradov alebo chybami v dokumentácii. Na základe testovania variánt bolo jednoznačne preukázané, že podnikateľský plán je realizovateľný.

## 5 Zoznam použitej literatúry

BRODSKÝ, Zdeněk; STRÍTESKÁ, Michaela. *Malé a střední podnikání*. Pardubice 2010. 148 s. ISBN 978-80-7395-346-1.

ČERVENÝ, Radim; FICBAUER, Jiří; HANZELKOVÁ, Alena; KEŘKOVSKÝ, Miroslav. *Business plán – krok za krokem*. 1. Vydání. Praha: C. H. Beck, 2014. 230 s. ISBN 978-80-7400-511-4.

FORET, Miroslav. *Marketing pro začátečníky*. 1. aktualizované vydání. Brno: Computer Press, a. s., 2010. 178 s. ISBN 978-80-251-3234-0.

FORET, Miroslav. *Marketing pro začátečníky*. 3. aktualizované vydání. Brno: Albatros media, a.s., 2012. 97-138s. ISBN 978-80-266-0006-0.

KOCMANOVÁ, Alena. *Ekonomické řízení podniku*. Praha, Linde a. s., 2013. 368 s. ISBN 978-80-7201-932-8.

KORÁB, Vojtěch; PETERKA, Jiří; REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Podnikatelský plán*. Dotisk prvního vydání. Brno: Computer Press, a. s., 2008. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

KORECKÝ, Michal; TRKOVSKÝ, Václav. *Management rizik projektů se zaměřením na projekty v průmyslových podnicích*. První vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., 2011. 584s. ISBN 978-80-247-3221-3.

SEDLÁČEK, Jaroslav. *Finanční analýza podniku*. Druhé aktualizované vydání. Brno: Computer Press, a. s., 2011. 152 s. ISBN 978-80-251-3386-6.

SCHOLLEOVÁ, Hana. *Ekonomické a finanční řízení pro neekonom*. Druhé aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012. 272 s. ISBN 978-80-247-4004-1.

SRPOVÁ, Jitka; ŘEHOŘ, Václav a kol. *Základy podnikání*. První vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010. 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

SRPOVÁ, Jitka; SVOBODOVÁ, Ivana; SKOPAL, Pavel; ORLÍK, Tomáš. *Podnikatelský plán a strategie*. První vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.

STROUHAL, Jiří; ŽIDLICKÁ, Renáta; CARDOVÁ, Zdeňka. *Účetnictví Velká kniha příkladů*. 1. Vydání. Brno: Albatros Media a. s., 2014. 488 s. ISBN 978-80-265-0154-1.

ŠAFRÁNEK, Jiří. *Podnikatelský plán*. První vydání. Brno: KONVOJ, spol. s.r.o., 2007. 55 s. ISBN 978-80-7302-141-2.

SVOZILOVÁ, Alena; *Projektový management*. Druhé aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011. 392s. ISBN 978-80-247-3611-2.

VALACH, Josef; a kol. *Investiční rozhodování a dlouhodobé financování*. 3. přepracované a rozšířené vydání. Praha: Ekopress, s.r.o., 2010. 513 s. ISBN 978-80-86929-71-2.

VEBER, Jaromír; SRPOVÁ, Jitka; a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. První vydání. Praha: Grada Publishing, a. s., 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2.

VEBER, Jaromír; SRPOVÁ, Jitka; a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, a. s., 2012. 336s. ISBN 978-80-247-4520-6.

#### **Internetové zdroje:**

Business center. *Základní postup založení společnosti s ručením omezeným*, [www.business.center.cz](http://www.business.center.cz) [databáze online]. [Cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/sro/zalozeni.aspx>

Businessinfo. *Obchodní korporace - založení a vznik* [databáza online]. www.businessinfo.cz, 2014. [Cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/obchodni-korporace-zalozeni-a-vznik-ppbi-50403.html#!&chapter=3>

Businessinfo. *Příhláška k registraci právnických osob – univerzální* [databáza online], www.businessinfo.cz, 2014. [Cit. 2016-04-08]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/online-nastroje/formulare/prihlaska-k-registraci-pravnicky-ch-osob-45.html>

Businessinfo. *Řemeslná živnost pro právnické osoby se sídlem na území ČR* [databáza online]. www.businessinfo.cz [Cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/remeslna-zivnost-po-sidlo-na-uzemi-cr-4900.html>

Businessinfo. *Zápis do Obchodního rejstříku* [databáza online]. www.businessinfo.cz, 2016. [Cit. 2016-03-10]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/zapis-do-obchodniho-rejstriku-ppbi-24147.html#!&chapter=2>

Economic World. *Vnútorné výnosové percento (IRR)* [databáza online]. www.economicworld.eu, 2012. [Cit. 2015-05-08]. Dostupné z: <http://economicworld.eu/investicie/vnutorne-vynosove-percento-irr>

Firmy.finance. *Založení s.r.o.* [databáza online]. www.firmy.finance.cz, [Cit. 2016-02-12]. Dostupné z: <http://firmy.finance.cz/zivot-podnikatele/informace/zalozeni-spolecnosti/spolecnost-s-rucenim-omezenym/>

Google [databáza online]. www.google.sk, [Cit. 2016-04-05]. Dostupné z: <https://www.google.sk/maps/>

Management Mania. *Čistá současná hodnota (NPV - Net Present Value)* [databáza online]. [www.managementmania.com](http://www.managementmania.com), 2013. [Cit. 2015-05-19]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/cista-soucasna-hodnota>

Management Mania. *Index ziskovosti (PI - Profitability Index)* [databáza online]. [www.managementmania.com](http://www.managementmania.com), 2013. [Cit. 2015-05-19]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/index-ziskovosti>

Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) ČR. *Hostinská činnost - živnostenské oprávnění krok za krokem* [databáza online]. [www.businessinfo.cz](http://www.businessinfo.cz), 2011. [Cit. 2016-03-10]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/hostinska-cinnost-1516.html>

World Bank Group. *Ease of Doing Business in Czech Republic* [databáza online]. [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org), 2016. [Cit. 2016-04-17]. Dostupné z: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/czech-republic#starting-a-business>

Zákon č. 90/2012 Sb., ze dne 25. januára 2012, *Zákon o obchodních společnostech a družstvech (Zákon o obchodních korporacích)* [databáza online]. In: Sbírka zákonů. 22. 3. 2012. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=90~2F2012&rpp=15#seznam>

Zákon č. 455/1991 Sb., ze dne 02.10.1991, *Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) § 7* [databáza online]. In: Sbírka zákonů. 15.11.1991. [Cit. 2016-03-02]. Dostupné z: <https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=39498&nr=455~2F1991&rpp=15#local-content>



## **6 Zoznam obrázkov**

Obrázok 1: Logo podniku .....	34
Obrázok 2: Umiestnenie podniku .....	39
Obrázok 3: SWOT analýza .....	41
Obrázok 4: Hierarchia podniku.....	44
Obrázok 5: Konkurencia v okolí podniku.....	46

## **7 Zoznam tabuliek**

Tabuľka 1: Charakteristika s.r.o. ....	11
Tabuľka 2: Ekonomický prehľad.....	15
Tabuľka 3: Indikátor založenia spoločnosti.....	16
Tabuľka 4: Procedúry zakladania spoločnosti.....	16
Tabuľka 5: Základné informácie .....	34
Tabuľka 6: Prevádzková doba .....	35
Tabuľka 7: Zamestnanci .....	44
Tabuľka 8: Prvotné zásoby .....	51
Tabuľka 9: Propagácia.....	52
Tabuľka 10: Predpokladané výnosy .....	53
Tabuľka 11: Predpokladané výnosy v ďalších rokoch .....	54
Tabuľka 12: Počiatočné investície pred začiatkom podnikania .....	54
Tabuľka 13: Prevádzkové náklady do konca roka 2016.....	54
Tabuľka 14: Osobné náklady.....	55
Tabuľka 15: Celkove náklady.....	55
Tabuľka 16: Hospodársky výsledok .....	56
Tabuľka 17: Cashflow .....	57
Tabuľka 18: Ekonomické ukazatele .....	59

## **8 Zoznam príloh**

Príloha 1: Pôdorys podniku.....	67
Príloha 2: Produkty .....	68
Príloha 3: Alkoholické nápoje .....	69
Príloha 4: Tabakové výrobky.....	70

# Príloha 1: Pôdorys podniku

### LEGENDA MÍSTNOSTÍ

Č. m.	NÁZEV MÍSTNOSTI	m2	RODĚLAHA	OPIS	STĚNA	STROP	POZÁMKA
101	ZÁVĚRÍ	15,94	P1	ker. dlažba	alépaná cihla	SKK	ker. stl. 80mm
102	BAR	8,02	P1	ker. dlažba	obklad ze syntetických desek	SKK	
103	KLADYNE	9,12	P1	ker. dlažba	ker. obklad	SKK	dlažky, 200mm
104	HYGIENICKÉ ZÁR. ZAMĚSTNÁVACÍ	3,74	P1	ker. dlažba	ker. obklad	SKK	dlažky, 200mm
105	WC ŽENY	9,90	P1	ker. dlažba	ker. obklad	SKK	dlažky, 200mm
106	WC MUŽY	2,68	P1	ker. dlažba	ker. obklad	SKK	dlažky, 200mm
107	104 DOK. KUCHYNA	1,35	P1	ker. dlažba	ker. obklad	SKK	dlažky, 200mm
108	SKLAD	3,19	P1	ker. dlažba	alépaná cihla	SKK	ker. stl. 80mm
109	SPOKOŠNÉ	3,92	P1	ker. dlažba	alépaná cihla	SKK	ker. stl. 80mm
108	SKLAD	3,08	P1	ker. dlažba	alépaná cihla	SKK	ker. stl. 80mm

### LEGENDA HMOT

- STÁVAJÍCÍ NOSNÉ KONSTRUKCE
- STÁVAJÍCÍ NENOSNÉ KONSTRUKCE
- NOVÉ NENOSNÉ PŘÍČKY

ARCH. NÁVRH	PROJEKTOVAL	KRESLIL	KONTROLOVAL	PAMĚTNÉ OBOECNÉ SPOLEČNOSTI S.R.O. MAŘE ŠTEPÁNEKOVĚ 66, 6910, BRNO
Ing. arch. David Věhala	Ing. arch. David Věhala	Ing. arch. David Věhala	Ing. Petr Věhala	
<b>WHISKY BAR KOPEČNÁ</b>				
STAVEBNÍ ÚPRAVY				
OBSAH VÝKRESU				
PŮDORYS 1.NP. - NOVÝ STAV				1:100
				03

Zdroj: ceskereality.cz, Mgr. Petr Vyskočil

**Príloha 2: Produkty**

<b>Pivo</b>	<b>Víno</b>	<b>Nealkoholické nápoje</b>
Starobrno Tradiční 10° 50l Keg	Cabernet Sauv. Lechovice 5l	Coca cola 0,33l Sklo
Starobrno Medium 11°50l Keg	Frankovka Lechovice 5l	Fanta Orange
Radegast Temně Hořký 30l Keg	Chardonay Lechovice 5l	Sprite
Master 13°polotmavý 15l Keg	Modrý Portugal Lechovice 5l	Kinley Tonic Water
Pisner Urquell 12°30l Keg	Tramín červený Lechovice 5l	Kinley Bitter Lemon
Kozel 12°30l Keg	Veltlínské zel. Lechovice 5l	Kinley Bitter grapefruit
Kozel 11° 30l Keg	Cabernet Sauv. Lechovice 0,75l	Kinley Ginger Ale
Kingswood cider 30l Keg	Frankovka Lechovice 0,75l.	Cappy pomaranč
Birell 15l Keg	Frankovka rosé Lechovice 0,75l	Cappy jablko
Kofola 50l Keg	Chardonnay Lechovice 0,75l	Cappy jahoda
Starobrno 11° Medium sv. Ležák 20x0,5l	M. portugal Lechovice 0,75l	Cappy čierne ríbezle
Pilsner Urquell 20x0,5l	Muller Thur. Lechovice 0,75l	Cappy hruška
<b>Káva, čaj</b>	Pálava Lechovice 0,75l	Cappy ananás 100%
Mistral čaj 3x60x2g	Rul. šedé Lechovice 0,75l p.s.	Cappy jablko 100%
Lavazza Super Crema 1kg	Ryzlink rýnský Lechovice 0,75l	Cappy pomaranč 100%
<b>Sekty a šumivé vína</b>	Sauvignon Lechovice 0,75l	Cappy antioxidant
Fragolino bianco/rosso šum. víno 0,75l	Tramín čer. Lechovice 0,75l	Cappy Multivitamín
Sekt Bohemia červená 0,75l	Veltlínské zel. Lechovice 0,75l	Cappy grep
Sekt Bohemia demi 0,75l	Zweigeltrebe rosé Lechovice 0,75l	Cappy marhuľa
Sekt Bohemia nealko 0,75l		Nestea Citrón
Sekt Bohemia regi, brut, rose 0,75l		Nestea Broskyňa
Sekty a šumivé vína		Nestea Zelený čaj citrus
Fragolino bianco/rosso šum. víno 0,75l		Bonaqua 0,25l Sklo
Sekt Bohemia červená 0,75l		Vinea 0,25l Sklo

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Príloha 3: Alkoholické nápoje**

<b>Vodka 1l</b>	<b>WHISKY Tennessee Whiskey</b>	<b>Metaxa</b>
Finlandia Vodka 40% 1l	Jack Daniel's 40%	Metaxa*** 36%
Finlandia Cranberry 40% 1l	Jack Daniel's Honey 35%	Metaxa***** 38%
Finlandia Lime 40% 1l	<b>Bourbon</b>	Metaxa***** 40%
Finlandia Grapefruit 40% 1l	Jim Beam 40%	<b>Likéry</b>
Finlandia Mango 40% 1l	Four Roses 40%	Cointreau 40%
Absolut Blue 40% 1l	<b>Scotch Blended Whisky</b>	Kahlúa 20%
Absolut Vanilla 40% 1l	Ballantines 40%	Baileys 17%
Smirnoff 37,5% 1l	Johnnie Walker Red Label 40%	Malibu 21%
Ruskij Standard 40% 1l	Johnnie Walker Black Label 40%	Bartida Vaječný likér 17%
Amundsen 37,5% 1l	Chivas Regal 12 y.o. 40%	Pepermint Old Herold 27%
<b>Rum &amp; Cachaca 1l</b>	Chivas Regal 18 y.o. 40%	Amareto Venice 18%
Bacardi Superior 37,5%	<b>Scotch Single Malt Whisky</b>	<b>Likéry Bylinné</b>
Bacardi Black 37,5%	Glenfiddich Special Reserve 12 y	Jagermeister 35%
Legendario Rum Añejo 9y 0,7l 40%	Glenfiddich Solera Reserve 15 y	Becherovka Lemond 20%
Diplomático añejo 40% 0,7l	Glenfiddich Ancient Reserve 18 y	Becherovka 38%
Havana Club 37,5%	<b>Irish Whiskey</b>	Fernet Stock 40%
Captain Morgan 35%	Tullamore Dew 40%	Fernet Stock Citrus 30%
Božkov Tuzemský	Tullamore Dew 12 y.o. 40%	Magister 25%
Ron Zacapa Centenario 23	Jameson 40%	<b>Ostatné liehoviny</b>
<b>Tequila &amp; Mezcal 1l</b>	Jameson 12 y.o. 40%	Absinth Euphoria 70%
Pepe Lopez Silver 40%	Jameson 18 y.o. 40%	Absinthe Hills Premium 70%
Pepe Lopez Gold 40%	<b>Cognac</b>	Bartida Absinth Bestie 60%
Jose Cuervo Clasico Silver	Hennessy V.S 40%	Absinth PV 70%
Jose Cuervo reposado	Hennessy Fine de Cognac 40%	Sliv.Jelínek bílá 45%
Olmecca Silver 38%	Hennessy X.O 40%	Hruškovice Jel. 42%
Olmecca Gold 38%	Remy Martin X.O. 40%	Meruňkovice Jel. 42%
Tequila Mexicana stříbrná Ole	Remy Martin V.S.O.P 40%	Borovička Spišská 40%
Tequila Mexicana zlatá Ole	Courvoisier V.S 40%	<b>Aperitívy</b>
<b>Gin</b>	Courvoisier V.S.O.P 40%	Martini Extra Dry 15%
Bombay 40%	Martell V.S 40%	Martini Bianco 15%
Beefeater 40%	Martell V.S.O.P 40%	Martini Rosso 15%
		Cinzano Extra Dry 14,4%
		Cinzano Bianco 14,4%
		Cinzano Rosso 14,4%
		Campari bitter 25%

Zdroj: Vlastné spracovanie

**Príloha 4: Tabakové výrobky**

<b>Tabakové výrobky</b>
Camel
Davidoff Classic
Lucky Strike
Marlboro
Marlboro Core Flavor/Gold Touch
Zápalky
Zapaľovač

Zdroj: Vlastné spracovanie