



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ  
ÚSTAV EKONOMIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUTE OF ECONOMICS

## PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR - ZŘÍZENÍ KAVÁRNY A VINÁRNY VČETNĚ EKONOMICKÉHO VYHODNOCENÍ.

BUSINESS PLAN - ESTABLISHMENT OF A CAFE AND WINE BAR INCLUDING ECONOMIC  
EVALUATION

DIPLOMOVÁ PRÁCE

MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Bc. ZDENA KNEIFLOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. JAROSLAV ROMPOTL

BRNO 2015

# ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Kneiflová Zdena, Bc.**

---

Podnikové finance a obchod (6208T090)

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

**Podnikatelský záměr - zřízení kavárny a vinárny včetně ekonomického vyhodnocení.**

v anglickém jazyce:

**Business Plan - Establishment of a Cafe and Wine Bar Including Economic Evaluation**

Pokyny pro vypracování:

Úvod  
Cíle práce, metody a postupy zpracování  
Teoretická východiska práce  
Analýza současného stavu  
Vlastní návrhy řešení  
Závěr  
Seznam použité literatury  
Přílohy



Seznam odborné literatury:

FOTR, J. a I. SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vydání Praha: Grada Publishing, 2007, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

KEŘKOVSKÝ, M. a O. VYKYPĚL. Strategické řízení. Teorie pro praxi. 2. vydání Praha: C. H. Beck, 2006, 206 s. ISBN 80-7179-453-8.

KORÁB, V., J. PETERKA a M. REŽŇÁKOVÁ. Podnikatelský plán. Brno: Computer Press, 2007, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

STRUCK, U. Přesvědčivý podnikatelský plán. 1. vydání Praha: Management Press, 1992, 120 s. ISBN 80-85603-12-8.

VALACH, J. a kol. Finanční řízení a rozhodování podniku. 1. vydání Praha: Ekopres, 1997, 247 s. ISBN 80 901991-6-X.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jaroslav Rompotl

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2014/2015.

L.S.

---

doc. Ing. Tomáš Meluzín, Ph.D.  
Ředitel ústavu

---

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.  
Děkan fakulty

V Brně, dne 28.2.2014

## **ABSTRAKT**

Diplomová práce se zaměřuje na vypracování podnikatelského záměru na založení kavárny a vinárny s domácími produkty v městské části Brno Černovice. Po zpracování analýzy trhu a vyhodnocení marketingového průzkumu je v návrhové části vytvořen konkrétní podnikatelský plán, jenž slouží k úspěšné realizaci kavárny a vinárny. Nedílnou součástí je finanční plán včetně predikce výsledku hospodaření a peněžních toků.

## **Klíčová slova**

Podnikatelský plán, SWOT analýza, PEST analýza, Porterův model konkurenčních sil, marketingový mix, finanční plán, bod zvratu.

## **ABSTRACT**

This thesis deals with the processing of business plan for the establishment of cafe and wine bar in the area of Brno Černovice. The business plan is set up after processing market analysis and evaluation of marketing research and it is used for the successful implementation of cafe and wine bar. An integral part of the thesis is the financial plan, including the prediction results of operation and cash flow.

## **Keywords**

Business plan, SWOT analysis PEST analysis, Porter model of competitive environment, marketing research, finance analysis, break even point.

## **BIBLIOGRAFICKÁ CITACE**

KNEIFLOVÁ, Z. *Podnikatelský záměr - zřízení kavárny a vinárny včetně ekonomického vyhodnocení*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2015. 94 s. Vedoucí diplomové práce Ing. Jaroslav Rompotl.

## **ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ**

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

V Brně dne 15. ledna 2015

.....

podpis studenta

## **PODĚKOVÁNÍ**

Ráda bych poděkovala vedoucímu práce Ing. Jaroslavu Rompotlovi za odbornou konzultaci k vypracování diplomové práce. Poděkování patří také rodině, příteli, přátelům a kolegům za poskytování cenných rad a podporu během studia.

# OBSAH

1	ÚVOD.....	11
	Cíl.....	12
2	Teoretická východiska.....	13
2.1	Podnikatelský plán .....	13
2.1.1	Obsah a účel podnikatelského plánu.....	13
2.1.2	Struktura podnikatelského plánu .....	14
2.1.3	Požadavky na podnikatelský plán.....	15
2.2	Podnikání a právní formy podnikání.....	15
2.2.1	Fyzické osoby .....	16
2.2.2	Právnícké osoby .....	17
2.3	Financování podnikatelské činnosti .....	19
2.3.1	Interní zdroje financování.....	19
2.3.2	Externí zdroje financování.....	20
2.4	Analýza prostředí .....	21
2.4.1	PEST analýza.....	22
2.4.2	Porterova analýza.....	22
2.4.3	SWOT analýza.....	24
2.5	Marketingový mix .....	25
2.5.1	Produkt.....	26
2.5.2	Cena .....	26
2.5.3	Marketingová komunikace .....	26
2.5.4	Distribuce.....	27
2.6	Finanční plán .....	28
2.6.1	Rozvaha .....	28
2.6.2	Výkaz zisku a ztrát.....	30
2.6.3	Cash flow .....	30
2.6.4	Bod zvratu.....	31
3	Analýza současné situace .....	34
3.1	Charakteristika městské části Brno Černovice.....	34
3.2	Marketingový průzkum.....	35

3.2.1	Vyhodnocení dotazníků .....	35
3.3	PEST analýza .....	44
3.3.1	Sociální faktory.....	45
3.3.2	Politicko – legislativní .....	46
3.3.3	Ekonomické faktory.....	47
3.4	Porterova analýza pěti sil .....	50
3.4.1	Stávající konkurence.....	50
3.4.2	Nová konkurence .....	52
3.4.3	Vliv odběratelů .....	52
3.4.4	Vliv dodavatelů.....	52
3.4.5	Substituční produkty .....	53
3.5	SWOT analýza .....	53
3.5.1	Silné stránky: .....	54
3.5.2	Slabé stránky:.....	55
3.5.3	Příležitosti: .....	55
3.5.4	Hrozby: .....	56
4	Návrh řešení.....	57
4.1	Popis podniku.....	57
4.1.1	Základní údaje a umístění.....	57
4.1.2	Vize a cíle .....	58
4.1.3	Volba právní formy podnikání a zřízení živnosti .....	58
4.1.4	Otevírací doba.....	58
4.1.5	Personální zajištění .....	59
4.2	Marketingový mix .....	59
4.2.1	Produkt.....	60
4.2.2	Cena .....	60
4.2.3	Distribuce.....	60
4.2.4	Propagace.....	61
4.3	Finanční plán – realistická varianta.....	61
4.3.1	Výdaje/náklady nezbytné k otevření podniku .....	61
4.3.2	Financování podnikatelské činnosti.....	65
4.3.3	Pravidelné měsíční náklady v prvním roce podnikání.....	66

4.3.4	Tržby kavárny/vinárny v prvním roce podnikání .....	68
4.3.5	Výsledek hospodaření v prvním roce podnikání .....	70
4.3.6	Cash flow v prvním roce podnikání.....	71
4.3.7	Rozvaha k poslednímu dni prvního roku podnikání.....	72
4.3.8	Bod zvratu v prvním roce podnikání .....	73
4.3.9	Predikce finančního plánu na 3 roky .....	75
4.4	Finanční plán pro pesimistickou variantu .....	79
4.4.1	Roční tržby.....	79
4.4.2	Výkaz zisku a ztrát.....	80
4.4.3	Cash flow .....	81
4.5	Finanční plán pro optimistickou variantu .....	82
4.5.1	Tržby .....	82
4.5.2	Výkaz zisku a ztrát.....	82
4.5.3	Cash flow .....	83
	Závěr .....	85
	Literatura.....	87
	Seznam tabulek .....	90
	Seznam grafů .....	92
	Seznam obrázků.....	93
	Seznam příloh .....	94



# 1 ÚVOD

Tématem této diplomové práce je návrh založení kavárny a vinárny s poskytováním kvalitních domácích produktů dobré kávy a dobrého vína. Toto téma je mi velmi blízké, jednak z důvodu toho, že preferuji kvalitní, domácí a čerstvé produkty nad polotovary, ale také z důvodu toho, že pocházím z vinařského kraje a téma víno je mi velmi blízké.

Podnik typu kavárna či vinárna je místem relaxace, místem k posezení a pobavení se s přáteli. V současné době je takových podniků spousta, avšak potřeby a požadavky zákazníka se mění. Lidé se zaměřují na kvalitu, vyhledávají místa s útulným prostředím, milou a profesionální obsluhou a kvalitními produkty. Proto bych lidem chtěla nabídnout podnik, který bude splňovat veškeré jejich požadavky.

Vypracování podnikatelského plánu je nedílnou součástí zahájení podnikání. I přesto, že se může plán lišit od skutečnosti, obsahuje velmi důležité informace, bez nichž by zahájení podnikání nemuselo být úspěšné. Podnikatelský plán nám poskytuje informace o trhu, konkurenci a především o zákaznicích. Správná analýza potřeb zákazníka je důležitá k sestavení produktové a cenové strategie.

O tom, zda podnikatelský plán realizovat či nikoliv, vypovídá finanční plán na několik let dopředu. Je důležitý pro věřitele, vypovídá o tom, jak si podnik povede, a zda bude schopen platit své závazky. Je potřeba také analyzovat rizika, která s projektem souvisí, a snažit se je eliminovat. Kvalitně zpracované analýza a plány jsou prvním krokem k úspěšnému zahájení podnikatelské činnosti.

## Cíl

Cílem diplomové práce je sepsání podnikatelského záměru na zřízení kavárny a vinárny. Nejdůležitější částí diplomové práce je ekonomické vyhodnocení daného projektu na základě výkazu zisku a ztráty, cash flow a bodu zvratu.

Pro splnění hlavního cíle je nutné si stanovit dílčí cíle. Prvním cílem je vypracování teoretického podkladu, který bude sloužit k sepsání podnikatelského plánu.

Dalším dílčím cílem je provedení analýzy prostředí, kde má být podnik umístěn. Ke splnění tohoto cíle mi pomůže marketingový průzkum, PEST analýza, Porterův model konkurenčních sil a SWOT analýza.

Posledním dílčím cílem je samotné sestavení podnikatelského plánu. Důležitou součástí je produktová, cenová a komunikační strategie a vypracování finančního plánu včetně analýzy bodu zvratu.

## 2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

### 2.1 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější a vnitřní faktory související se založením a chodem podniku. Jádrem všech podnikatelských plánů jsou tři základní otázky:

- Kde jsme nyní?
- Kam chceme jít?
- Jak se tam chceme dostat? <sup>1</sup>

#### 2.1.1 Obsah a účel podnikatelského plánu

Obsahem podnikatelského plánu je vytyčení poslání firmy vycházející z dlouhodobých a krátkodobých cílů firmy a strategie, která povede k dosažení stanovených cílů. Popisuje nabízený produkt, popisuje možnosti trhu, na kterém se chce firma prosadit, popisuje cílové skupiny zákazníků, konkurenci, výrobu – poskytování služby, organizační strukturu, plánuje hospodářský výsledek. V neposlední řadě musí obsahovat zdůvodnění, kolik finančních prostředků bude potřebovat k dosažení stanovených cílů a kde tyto potřebné zdroje získá.<sup>2</sup>

Podnikatelský plán je nezbytný dokument pro získání:

- bankovních úvěrů,
- vlastního kapitálu od společností rizikového kapitálu, soukromých a institucionálních investorů,
- podpůrných prostředků z různých státních fondů a fondů EU.<sup>3</sup>

Podnikatelský plán umožňuje porovnat podnikatelské plány s realitou. Je to dokument, který slouží nejen pro majitele firmy a jejich manažery, ale také pro externí investory. Je důležitý při stanovení životaschopnosti podniku, poskytuje majiteli informace pro

---

<sup>1</sup> KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. Podnikatelský plán, s. 10 - 11

<sup>2</sup> ZICHOVÁ, J. Živnostenské podnikání, s. 47 - 48

<sup>3</sup> WUPPERFELD, U. Podnikatelský plán pro úspěšný start, s. 13 – 14

jeho další plánovací činnost, je nezbytný pro získání finančních zdrojů a je důležitým nástrojem ke kontrole podnikatelských aktivit.<sup>4</sup>

### 2.1.2 Struktura podnikatelského plánu

Struktura podnikatelského plánu je pro každý podnik individuální záležitostí. Lze však říci, že podnikatelský plán se skládá z následujících částí:

- **Titulní strana** – podává stručný výklad o obsahu podnikatelského plánu. Udává se název a sídlo společnosti, jména podnikatelů a kontakty, popis podniku a povaha podnikání, způsob financování a jeho struktura.
- **Exekutivní souhrn** – jedná se o stručné shrnutí nejdůležitějších aspektů podnikatelského plánu (hlavní myšlenka podnikatelského plánu, silné stránky, očekávání, stručná predikce finančního plánu na několik let).
- **Analýza trhu** – jedná se zejména o analýzu konkurenčního prostředí včetně hodnocení silných a slabých stránek konkurentů. Dále se uvádí detailní analýza odvětví z hlediska vývojových trendů a historických výsledků.
- **Popis podniku** – jedná se o podrobný popis podniku. Klíčovými prvky jsou výrobky nebo služby, umístění/lokalita a velikost podniku, přehled personálu podniku/organizační schéma, veškeré kancelářské a jiné technické vybavení, příprava podnikatele – znalostní vybavení a předchozí praxe či reference.
- **Výrobní plán** – tato část zachycuje celý výrobní proces. Uvádí se výběr dodavatelů, informace o uzavřených smlouvách. Pokud se nejedná o výrobní podnik, pak tuto část nazýváme „obchodní plán“ a obsahuje informace o nákupu zboží a služeb. V případě poskytování služeb se tato část bude týkat popisu poskytování služeb.
- **Marketingový plán** – tato část podává informace o tom, jakým způsobem budou výrobky nebo služby distribuovány, oceňovány a propagovány.
- **Organizační plán** – informuje o formě vlastnictví nového podniku a o jeho organizační struktuře.

---

<sup>4</sup> KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. Podnikatelský plán, s. 13

- **Hodnocení rizik** – je potřeba popsat největší rizika, která novému podniku mohou hrozit. Dále tato rizika analyzovat a připravit alternativní strategie pro jejich eliminaci.
- **Finanční plán** – určuje potřebné objemy investic a hodnotí, nakolik je ekonomicky reálný podnikatelský plán jako celek.
- **Přílohy** – jedná se o informativní materiály, které nelze začlenit přímo do podnikatelského plánu.<sup>5</sup>

### 2.1.3 Požadavky na podnikatelský plán

Podnikatelský záměr by měl splňovat určité požadavky:

- být stručný, jednoduchý a přehledný,
- uvést výhody produktu či služby pro zákazníka,
- orientovat se na budoucnost, zpracování prognóz,
- být věrohodný a realistický,
- nebyt příliš optimistický, ani příliš pesimistický,
- neskrývat slabá místa a rizika projektu,
- poukázat na konkurenční výhody projektu a silné stránky společnosti,
- prokázat schopnost splácet své závazky, splátky a úroky,
- kvalitní zpracování záměru i po formální stránce.<sup>6</sup>

## 2.2 Podnikání a právní formy podnikání

Dle občanského zákoníku je podnikatelem ten, kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku<sup>7</sup>

Před zahájením podnikání je nutné zvolit vhodnou formu podnikání. Rozlišujeme podnikání fyzické osoby a právnické osoby, které se liší například ve výši potřebného počátečního kapitálu, mírou ručení za závazky apod.<sup>8</sup>

<sup>5</sup> KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. Podnikatelský plán, s. 36 - 38

<sup>6</sup> FOTR, J., SOUČEK, I. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování, s. 309

<sup>7</sup> Předpis č. 89/2012 Sb. Nový Občanský zákoník

<sup>8</sup> KOLÁŘOVÁ, M. Velká kniha pro podnikání, s. 12

## 2.2.1 Fyzické osoby

Fyzická osoba, která chce začít podnikat, musí získat živnostenské nebo jiné oprávnění k provozování podnikatelské činnosti. Dále musí splnit podmínky pro získání živnostenského oprávnění, které jsou dané živnostenským zákonem.<sup>9</sup>

### Podmínky provozování živnosti

- ***Všeobecné podmínky provozování živnosti fyzickými osobami:***
  - plná svéprávnost, kterou lze nahradit přivolením soudu k souhlasu zákonného zástupce nezletilého k samostatnému provozování podnikatelské činnosti,
  - bezúhonnost.
- ***Zvláštní podmínky provozování živnosti*** – Zvláštními podmínkami provozování živnosti jsou odborná nebo jiná způsobilost, pokud je tento zákon nebo zvláštní předpisy vyžadují.<sup>10</sup>

### Živnost

Zákon o živnostenském podnikání definuje živnost jako soustavnou činnost provozovanou samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účel dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem. Živnost může provozovat fyzická nebo právnická osoba, splní-li podmínky stanovené tímto zákonem.<sup>11</sup>

Podle požadavků na odbornou způsobilost se živnosti rozdělují na:

- ***Živnosti ohlašovací*** – vznikají a jsou provozovány na základě ohlášení a jsou osvědčeny výpisem ze živnostenského rejstříku. Dále se dělí na:
  - ***Řemeslné živnosti*** – podmínkou je příslušné vzdělání (výuční list, maturita nebo diplom v oboru), nebo šestiletá praxe v oboru (např. řeznictví, zednictví, hostinská činnost aj.).
  - ***Vázané živnosti*** – podmínkou je prokázání odborné způsobilosti, kterou stanoví příloha živnostenského zákona (např. masérské služby, vedení účetnictví aj.).

---

<sup>9</sup> SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kolektiv. Základy podnikání, s. 67

<sup>10</sup> ZÁKON ze dne 2. října 1991 o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)

<sup>11</sup> tamtéž

- *Volná živnost* – není potřeba žádné odborné způsobilosti, název této živnosti je „výroba, obchod a služby uvedené v přílohách 1 – 3 živnostenského zákona“ (např. velkoobchod a maloobchod, ubytovací služby).
- **Živnosti koncesované** – vznikají a jsou provozovány na základě správního rozhodnutí a jsou také osvědčeny výpisem ze živnostenského rejstříku. Je potřeba splnění odborné způsobilosti a kladné vyjádření příslušného orgánu státní správy (např. provozování cestovní kanceláře, taxislužby aj.).<sup>12</sup>

### 2.2.2 Právnícké osoby

Jak uvádí občanský zákoník, korporaci vytváří jako právníckou osobu společenství osob a na právníckou osobu tvořenou jediným členem se hledí jako na korporaci.<sup>13</sup>

Obchodními korporacemi jsou obchodní společnosti a družstva. Obchodní společnosti se dělí na osobní a kapitálové společnosti. Osobními společnostmi jsou veřejná obchodní společnost a komanditní společnost, kapitálovými společnostmi jsou společnost s ručením omezeným a akciová společnost. Družstva jsou družstvo a evropská družstevní společnost.<sup>14</sup>

#### **Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)**

Společnost s ručením omezeným představuje jednoznačně nejpoužívanější formu obchodní společnosti u nás, nejrozšířenější je zejména u drobných a středních podnikatelů. Spolu s akciovou společností je tato společnost řazena mezi tzv. kapitálové společnosti, pro něž jsou charakteristické znaky jako:

- účast společníků formou poskytnutého kapitálu,
- oddělení majetku společníků od majetku společnosti,
- nízké riziko ručení společníků za závazky společnosti.<sup>15</sup>

Nová právní úprava s.r.o. si klade za cíl především umožnit její jednodušší a flexibilnější fungování. Snad nejvýraznějším projevem této snahy je uvolnění právní

<sup>12</sup> SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kolektiv. Základy podnikání, s. 67

<sup>13</sup> Předpis č. 89/2012 Sb. Nový Občanský zákoník

<sup>14</sup> 90/2012 Sb. ZÁKON ze dne 25. ledna 2012 o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích)

<sup>15</sup> MINISTERSTVO SPRÁVEDLNOSTI ČR [online]

úpravy podílu. Určí-li tak společenská smlouva, může společník vlastnit více podílů, a to i různého druhu. Různé druhy podílů a jejich obsah se určí ve společenské smlouvě. Určí-li tak společenská smlouva, může být podíl společníka představován kmenovým listem.<sup>16</sup>

Minimální výše vkladu je 1 Kč, ledaže společenská smlouva určí, že výše vkladu je vyšší. Společník splní vkladovou povinnost ve lhůtě určené společenskou smlouvou, nejpozději však do 5 let ode dne vzniku společnosti nebo od převzetí vkladové povinnosti za trvání společnosti. Před podáním návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku se splatí celé vkladové ážio a na každý peněžitý vklad nejméně jeho 30 %.<sup>17</sup>

Společnost s ručením omezeným se zakládá společenskou smlouvou (více společníků) nebo zakladatelskou listinou (jediný společník) ve formě veřejné listiny (notářského zápisu). Návrh na zápis do obchodního rejstříku musí být podán do 6 měsíců od založení společnosti (nestanoví-li společenská smlouva jinak). Návrh se podává rejstříkovému soudu, a to pouze na předepsaném formuláři, navíc je však možný tzv. přímý zápis notářem.<sup>18</sup>

*Orgány s.r.o. jsou následující:*

- **Statutární orgán** – Statutárním orgánem s.r.o. je jednatel nebo každý z více jednatelů, nestanoví-li společenská smlouva, že více jednatelů tvoří kolektivní orgán. Tvoří-li jednatelé kolektivní orgán, postupuje se jako u představenstva akciové společnosti. Jednatelům může nově být kromě fyzické osoby též osoba právnická, což vyplývá z obecné úpravy právnických osob dle NOZ.
- **Dozorčí rada** – Dozorčí rada se zřizuje u s.r.o. jen, pokud tak stanoví společenská smlouva.
- **Valná hromada** – Valná hromada je nejvyšším orgánem s.r.o. Valnou hromadu je povinen svolat jednatel minimálně jednou za účetní období, a to tak, aby se

---

<sup>16</sup> 90/2012 Sb. ZÁKON ze dne 25. ledna 2012 o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích)

<sup>17</sup> tamtéž

<sup>18</sup> <http://www.hblaw.eu/cz/aktuality/49-spolecnost-s-rucenim-omezenym-od-1-1-2014.html>



konala do 6 měsíců od posledního dne předcházejícího účetního období. Do působnosti valné hromady patří zejména:

- rozhodování o změně společenské smlouvy;
- volba jednatelů, členů dozorčí rady, likvidátora, prokuristy;
- schvalování účetní závěrky a způsobu rozdělení zisku a úhrady ztráty;
- rozhodování o přeměně společnosti;
- schválení finanční asistence, smlouvy o tichém společenství.<sup>19</sup>

## **2.3 Financování podnikatelské činnosti**

Při zakládání či dalším rozvoji firmy mohou být použity různé finanční zdroje. Nejčastější členění finančním zdrojů z hlediska vlastnictví je na zdroje vlastní a cizí. Mezi vlastní zdroje financování patří vklady vlastníků, zisk a odpisy dlouhodobého majetku. K cizím zdrojům financování patří zejména úvěry, půjčky, leasing, dále pak faktoring a forfaiting, dluhopisy, tiché společenství a rizikový kapitál.<sup>20</sup>

Z časového hlediska se finanční zdroje člení na krátkodobé se splatností do jednoho roku a dlouhodobé se splatností delší jak jeden rok. Další hledisko členění nákladů se týká místa, odkud se finanční zdroje získávají. Pokud je tímto místem podnik a jeho vlastní činnost, jedná se o interní zdroje, v případě, že tyto zdroje přicházejí z vnějšku, jde o externí zdroje financování podniku.<sup>21</sup>

### **2.3.1 Interní zdroje financování**

#### **Zisk**

Velmi důležitým zdrojem dlouhodobého financování je nerozdělený zisk. Jedná se o část zisku po zdanění, která není použita na výplatu dividend či tantiém nebo na tvorbu fondů ze zisku. Objem zisku použitelného k financování podnikových potřeb ovlivňuje daňová a dividendová politika. Daňová politika ovlivňuje výši zisku daňovými sazbami

---

<sup>19</sup> <http://www.hblaw.eu/cz/aktuality/49-spolecnost-s-rucenim-omezenym-od-1-1-2014.html>

<sup>20</sup> VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kolektiv. Podnikání malé a střední firmy, s. 105

<sup>21</sup> FOTR, J., Strategické finanční plánování, s. 26

a daňovým základem daně z příjmů. V rámci dividendové politiky jde o rozdělení čistého zisku mezi majitele (spolumajitele) a samofinancování podniku.<sup>22</sup>

## **Odpisy**

Odpisy jsou peněžním vyjádřením opotřebení dlouhodobého majetku v podniku za určité období. Jsou součástí provozních nákladů podniku a tím ovlivňují hospodářský výsledek. Odpisy jsou významným (často však jediným) interním zdrojem financování podniku.<sup>23</sup>

### **2.3.2 Externí zdroje financování**

#### **Základní kapitál**

Základním externím zdrojem, ze kterého podnik vytváří základní kapitál při svém vzniku, je vklad majitele (majitelů). Forma vkladu majitele závisí na právní formě podnikání.<sup>24</sup> Základní kapitál je nejčastěji v peněžité nebo věcné formě, nepeněžitá forma základního kapitálu (stroje, dopravní prostředky a jiné) jsou spojeny s problémem jejich oceňování.<sup>25</sup>

Podniky neemitující akcie (podnik jednotlivce, veřejná obchodní společnost, komanditní společnost a společnost s ručením omezeným) nemohou nabídnout podíly na svém základním kapitálu prostřednictvím organizovaného trhu s cennými papíry, získávání základního kapitálu je tak omezeno. Základní kapitál u akciových společností vzniká emisí akcií, přičemž následují procesy upisování a splácení.<sup>26</sup>

#### **Úvěry**

Úvěry jsou definovány jako návratné peněžní vztahy, při nichž věřitel poskytuje konkrétní hodnoty k dočasnému používání dlužníkovi. Podle doby, na kterou je úvěr poskytován, rozlišujeme úvěry krátkodobé (se splatností do 1 roku), střednědobé (se

---

<sup>22</sup> ZINECKER, M., Finanční řízení podniku, s. 65 - 66

<sup>23</sup> tamtéž, s. 65

<sup>24</sup> tamtéž, s. 68

<sup>25</sup> ZINECKER, M., Základy financí podniku, s. 90

<sup>26</sup> tamtéž, s. 92

splatností od 1 do 4 let) a dlouhodobé (se splatností delší než 4 roky). Charakter střednědobých a dlouhodobých úvěrů mohou mít i dodavatelské úvěry.<sup>27</sup>

Cenou za používání cizího kapitálu je úrok. Úroky lze zahrnout do nákladů a tyto náklady snižují základ daně. Splácení úvěrů obvykle probíhá v pravidelných splátkách, přičemž splátky mohou mít charakter:

- **Anuitních plateb** (jejich výše je stejná po celou dobu splatnosti s tím, že v rámci platby postupně klesá podíl úroku a stoupá podíl úmoru).
- **Splátek úvěru (úmorů)** ve stejné výši s měnící se úrovní úroků, které se počítají z klesajícího zůstatku úvěru.
- **Jednorázové splátky** na konci doby splatnosti v kombinaci s pravidelnými úrokovými platbami po celou dobu splatnosti.<sup>28</sup>

## Leasing

Leasing (pronájem) je smluvní vztah přenášející na nájemce právo užívat určitý majetek po předem dohodnutou dobu za určitou finanční úhradu (nájemné). Existují tři formy leasingu:

- **Operativní** – jedná se o krátkodobý až střednědobý smluvní vztah, který lze vypovědět v jeho průběhu. Součástí je servis pronajatých věcí a po skončení smlouvy zůstává majetek ve vlastnictví leasingové společnosti.
- **Finanční** – má charakter půjčky na pořízení majetku, splátky musí uhradit cenu majetku. Není vypověditelný a není poskytován servis.
- **Zpětný** – u zpětného leasingu podnik prodá svůj majetek leasingové společnosti a poté si jej od ní pronajme.<sup>29</sup>

## 2.4 Analýza prostředí

Příprava podnikatelské plánu je podložena výstupy analýz vnitřních a vnějších podmínek. Pro tyto analýzy je možno využít doporučované analytické nástroje jako je SWOT analýza, PEST analýza a Porterův model konkurenčních sil.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> ZINECKER, M., Finanční řízení podniku, s. 75 - 77

<sup>28</sup> ZINECKER, M., Finanční řízení podniku, s. 75 - 76

<sup>29</sup> ŠIMAN, J., Úvod do podnikových financí, s. 66 - 67

### 2.4.1 PEST analýza

Přístup k analýze makrookolí se označuje jako PEST analýza. Zkratka PEST označuje politicko-legislativní (P), ekonomické (E), sociálně-demografické (S) a technicko-technologické (T) faktory. PEST analýzu a faktory, které s ní souvisí, charakterizuje obrázek č. 1.<sup>31</sup>

<b>Politicko-legislativní faktory</b> Zákony upravující hospodářskou soutěž (antimonopolní zákony) Ochrana životního prostředí Ochrana spotřebitele Daňová politika Regulace zahraničního obchodu, protekcionismus Pracovní právo Politická stabilita	<b>Ekonomické faktory</b> Trendy HDP Hospodářské cykly Devizové kurzy Kupní síla Úrokové míry Inflace Nezaměstnanost Průměrná a minimální mzda Vývoj cen energií
<b>Sociokulturní faktory</b> Demografický vývoj Změny životního stylu Mobilita Úroveň vzdělání Přístup k práci a volnému času	<b>Technologické vlivy</b> Vládní podpora vědy a výzkumu Celková stav technologie Nové objevy Změny technologie Rychlost zastarávání

Obrázek 1: PEST analýza (Zdroj: DVOŘÁČEK, J., SLUNČÍK, P. Podnik a jeho okolí, s. 10)

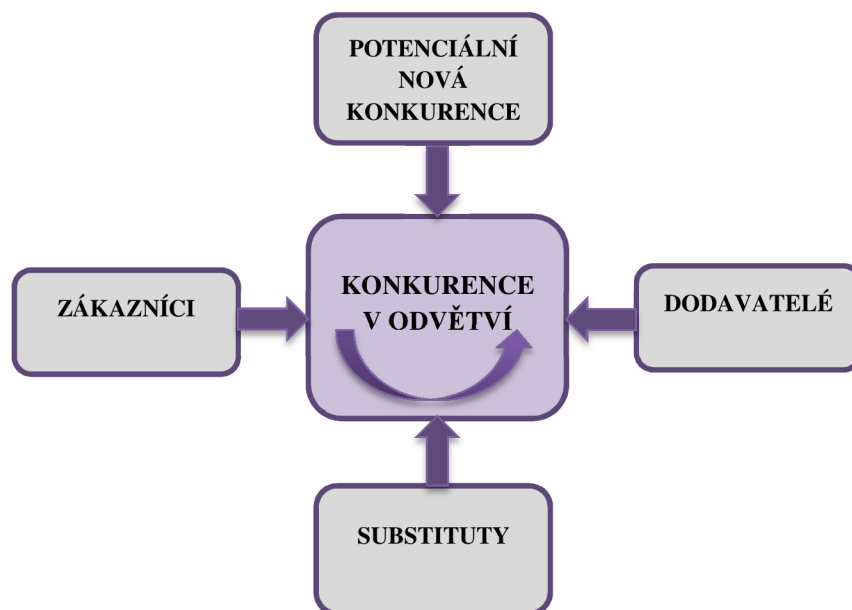
### 2.4.2 Porterova analýza

Dle Portera by měl každý podnik před vstupem na trh daného odvětví analyzovat „pět sil“, které vypovídají o přitažlivosti odvětví. Model pěti sil zdůrazňuje všechny základní složky odvětvové struktury, které mohou být v daném odvětví hnací silou konkurence.<sup>32</sup>

<sup>30</sup> KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. Podnikatelský plán, s. 47

<sup>31</sup> DVOŘÁČEK, J., SLUNČÍK, P., Podnik a jeho okolí, s. 9

<sup>32</sup> GRASSEOVÁ, M. a kolektiv. Analýza podniku v rukou manažera, s. 191



Obrázek 2: Porterův model GRASSEOVÁ, M. a kolektiv, *Analýza podniku v rukou manažera*, s. 191)

**Hrozba silné rivality** – Odvětví není přitažlivé, pokud na něm působí velké množství silných konkurentů. Rivalita v odvětví se zvyšuje, pokud dané odvětví stagnuje nebo se zmenšuje, neboť podniky mohou mít vyšší podíl na trhu jedině na úkor konkurentů. Rivalitu zhoršuje velký zájem konkurentů setrvat na trhu, jejich vysoký počet a malé rozdíly mezi produkty. Na rivalitu také působí vysoké fixní náklady.<sup>33</sup>

**Hrozba vstupu nových konkurentů** – Ohrožení v podobě vstupu nových konkurentů závisí především na vstupních a výstupních bariérách daného odvětví. Nejtatraktivnější je trh, jehož vstupní bariéry jsou vysoké a výstupní nízké. Pokud jsou vstupní i výstupní bariéry nízké, znamená to, že vstup do odvětví je snadný, tak jako i výstup z něj a zisk je zpravidla stálý a nízký. Nejhorší situace je v případě, že vstupní bariéry jsou nízké a výstupní vysoké.<sup>34</sup>

**Hrozba nahraditelnosti (substituce) výrobků** – Substituty lze definovat jako podobné produkty, které mohou sloužit podobného nebo stejnému účelu jako jsou produkty z daného odvětví. O neatraktivnosti odvětví hovoříme tehdy, jestliže existuje reálná nebo potenciální hrozba zastupitelnosti výrobků.<sup>35</sup>

<sup>33</sup> GRASSEOVÁ, M. a kolektiv, *Analýza podniku v rukou manažera*, s. 192

<sup>34</sup> GRASSEOVÁ, M. a kolektiv, *Analýza podniku v rukou manažera*, s. 192

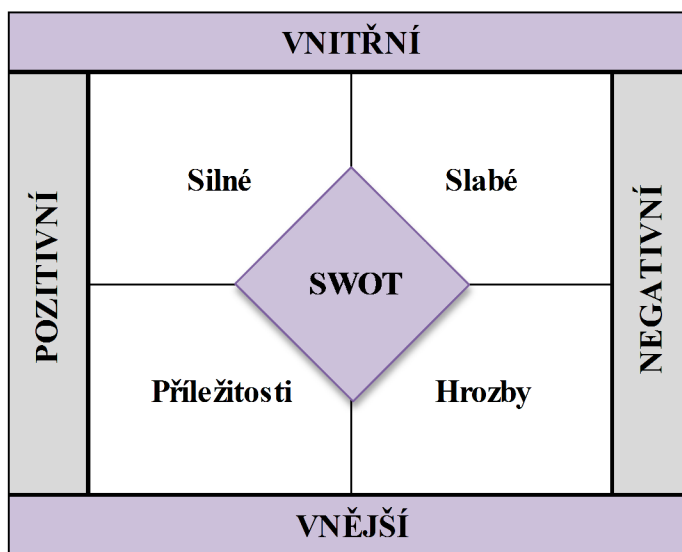
<sup>35</sup> Tamtéž, s. 192

**Hrozba rostoucí vyjednávací síly zákazníka** – Trh není přitažlivý, pokud mají zákazníci velkou nebo rostoucí moc při vyjednávání. V takovém případě se snaží zákazníci snižovat ceny, vyžadují lepší kvalitu a více služeb.<sup>36</sup>

**Hrozba rostoucí vyjednávací síly dodavatelů** – Odvětví není atraktivní v případě, že dodavatelské firmy mohou zvyšovat ceny nebo snižovat kvalitu dodávek. Síla dodavatelů roste s jejich koncentrací v případě, že dodavatelé poskytují jedinečné výrobky, pokud dodávaný výrobek je zásadním vstupem odběratele, pokud se dodavatelé mohou integrovat.<sup>37</sup>

### 2.4.3 SWOT analýza

Jedná se o přístup, který posuzuje vnitřní a vnější okolí příslušného podniku. Zkratka SWOT zahrnuje čtyři kategorie faktorů okolí – silné stránky (Strong), slabé stránky (Weaknesses), příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats). Silné a slabé stránky jsou spojeny s vnitřním okolím, příležitosti a hrozby jsou spojeny s okolím vnějším. SWOT analýza je znázorněna na obrázku č. 2.<sup>38</sup>



Obrázek 3: SWOT analýza (DVOŘÁČEK, J., SLUNČÍK, P. Podnik a jeho okolí, s. 15)

<sup>36</sup> Tamtéž, s. 192

<sup>37</sup> Tamtéž, s. 193

<sup>38</sup> DVOŘÁČEK, J., SLUNČÍK, P. Podnik a jeho okolí, s. 15

**Silné stránky** – Jedná se o pozitivní vnitřní podmínky, které umožňují organizaci získat převahu nad konkurenty. Organizační předností je jasná kompetence, zdroj nebo schopnost, která umožňuje firmě získat konkurenční výhodu (např. dobré finanční vztahy, vyspělá technologie).<sup>39</sup>

**Slabé stránky** – Jedná se o negativní vnitřní podmínky, které mohou vést k nižší organizační výkonnosti (např. absence nezbytných zdrojů a schopností, zastaralé stroje).<sup>40</sup>

**Příležitosti** – Příležitostmi se rozumí současné nebo budoucí podmínky v prostředí, které jsou příznivé současným nebo potenciálním výstupům organizace (např. rostoucí počet obyvatel, uvedení nových technologií).<sup>41</sup>

**Hrozby** – Hrozby jsou současné nebo budoucí podmínky v prostředí, které jsou nepříznivé současným nebo budoucím výstupům organizace (např. pokles počtu zákazníků, legislativní změny, vstup silného konkurenta na trh)<sup>42</sup>

## 2.5 Marketingový mix

Marketingový mix je soubor marketingových nástrojů – výrobní, cenové, distribuční a komunikační politiky, které firmě umožňují upravit nabídku dle přání zákazníka. Jedná se o aktivity firmy ke vzbuzení poptávky po výrobku. Marketingový mix je znám pod pojmem „4P“:

- produkt (Product)
- cena (Price)
- distribuce (Place)
- komunikace (Promotion)<sup>43</sup>

---

<sup>39</sup> KOŠTÁN, P., ŠULEŘ, O. Firemní strategie, s. 55

<sup>40</sup> Tamtéž, s. 55

<sup>41</sup> Tamtéž, s. 55

<sup>42</sup> KOŠTÁN, P., ŠULEŘ, O. Firemní strategie, s. 55

<sup>43</sup> KOTLER, P. Marketing, s. 105 - 106

### 2.5.1 Produkt

Produkt je cokoliv, co může být poskytováno na trhu k uspokojení potřeb nebo přání.

Produkt je jádrem obchodní činnosti podniku. Produkty rozdělujeme na:

- Spotřební produkty – určené pro konečnou spotřebu zákazníka
- Výrobní prostředky – určené pro další využití v podniku
- Spotřební materiál a ostatní předměty pro organizace
- Služby – činnosti externích podniků, které jsou nakupovány.<sup>44</sup>

### 2.5.2 Cena

Cena je jediným prvkem marketingového mixu, který vytváří příjmy pro podnik. Je také důležitá pro zákazníky, protože udává množství peněžních prostředků, kterých se musí zříci.<sup>45</sup>

Pro stanovení ceny existují různé metody:

- Nákladově orientovaná tvorba cen – cílem podniku je dosáhnout takové ceny, která pokryje podnikové náklady a plánovaný zisk.
- Cena stanovená v závislosti na konkurenci – změna cen je výhradně vyvolána změnou cen konkurence, může být vyšší, stejná, nižší.
- Poptávkově orientovaná cena – stanovena na základě zákazníkem vnímané hodnoty produktu.<sup>46</sup>

### 2.5.3 Marketingová komunikace

Cílem marketingové komunikace je:

- Vyvolat a udržet zájem zákazníků o podnik a o její nabídku.
- Přimět zákazníky k jednání způsobem, který je pro podnik žádoucí (tj. stát se jejími loajálními zákazníky).

---

<sup>44</sup> KÁŇOVSKÁ, L. Základy marketingu, s. 40 - 41

<sup>45</sup> KÁŇOVSKÁ, L. Základy marketingu, s. 58

<sup>46</sup> ŠIMAN, J. Úvod do podnikových financí, s. 45



- Marketingová komunikace si klade za cíl nejen oslovovat zákazníky, ale také působit na podstatné okolí podniku a na zaměstnance podniku<sup>47</sup>

Prvky komunikačního mixu jsou:

- Reklama – jde o placenou formu neosobní prezentace a podpory produktu, služeb či myšlenek, je to účelové informování a ovlivňování pomocí nenucených prostředků.
- PR – představuje řadu programů zaměřených na propagaci podniku, obhajobu image podniku.
- Podpora prodeje – jedná se o soubor motivačních nástrojů krátkodobějšího charakteru pro stimulování rychlejších a větších nákupů určitého produktu.
- Přímý marketing – jedná se o přímou nabídku produktu zákazníkovi, která směřuje ke splnění reklamy a koupě.
- Osobní prodej<sup>48</sup>

#### 2.5.4 Distribuce

Mezi hlavní úkoly distribuce patří prodej produktu včetně zajištění odpovídajících služeb na produkt a komunikace o produktu. Jedná se o procesy fyzického přemístění (přeprava, skladování, řízení zásob), dále o změny vlastnických vztahů a další podpůrné činnosti (sběr marketingových informací, pojištění, úvěrování).<sup>49</sup>

Distribuční síť je tvořena třemi skupinami nezávislých účastníků

- výrobci,
- distributory,
- dalšími podniky podílející se na výkonu specializovaných (podpůrných činností).

---

<sup>47</sup> KÁŇOVSKÁ, L. Základy marketingu, s. 80

<sup>48</sup> KÁŇOVSKÁ, L. Základy marketingu, s 82 - 87

<sup>49</sup> KÁŇOVSKÁ, L. Základy marketingu, s. 69

## 2.6 Finanční plán

Základními prameny pro potřeby ekonomické analýzy jsou rozvaha, výkaz zisku a ztrát a přehled o peněžních tocích.

### 2.6.1 Rozvaha

Bilanční princip umožňuje zachytit majetek (aktiva) podniku a současně i zdroj krytí (pasiva), z něhož byl majetek financován. Tento dvojí pohled na majetek je zachycen v účetním výkazu nazývaném rozvaha. Základem pro sestavení rozvahy je bilanční rovnice, která vyjadřuje rovnováhu aktiv a pasiv

$$\text{AKTIVA} = \text{PASIVA}^{50}$$

Obsahem a základní funkcí rozvahy je přehledně uspořádat aktiva podniku v peněžním vyjádření a poskytnout základ pro zhodnocení finanční situace podniku. Rozlišujeme zahajovací rozvahu, která se sestavuje při založení podniku, počáteční rozvahu, která se sestavuje k počátku účetního období, a konečnou rozvahu. Konečná rozvaha se sestavuje nejen ke konci každého účetního období, ale i při ukončení činnosti a také při mimořádných událostech (změna právní formy, sloučení apod.).<sup>51</sup>

Zjednodušená struktura rozvahy je znázorněna na obrázku č. 3.

---

<sup>50</sup> SEDLÁČEK, J. Cash flow, s. 33 - 34

<sup>51</sup> KOVANICOVÁ, D. Abeceda účetních znalostí pro každého, s. 15

<b>ROZVAHA</b>	
AKTIVA	PASIVA
1. Dlouhodobý majetek - dlouhodobý nehmotný majetek - dlouhodobý hmotný majetek - dlouhodobý finanční majetek	1. Vlastní kapitál - základní kapitál - kapitálové fondy - fondy ze zisku - výsledek hospodaření
2. Oběžný majetek - zásoby - krátkodobé pohledávky - dlouhodobé pohledávky - finanční majetek	2. Cizí zdroje - rezervy - krátkodobé závazky - dlouhodobé závazky - bankovní úvěry
3. ostatní aktiva Celkem aktiva	3. Ostatní pasiva Celkem pasiva

Obrázek 4: Struktura rozvahy (SELÁČEK, J. Cash flow, s. 35)

Rozvaha poskytuje věrný obraz o:

- Majetkové situaci podniku – v jakých podobách jsou aktiva vázána a jak jsou oceněna, jak rychle se obrací, nakolik jsou opotřebena.
- Kapitálu, z něhož byla aktiva hrazena – jaká je výše vlastního i cizího kapitálu a jeho podrobná struktura
- Finanční situaci podniku – jakého zisku podnik dosáhl v daném období a jak ho rozdělil, případně jak velkou ztrátu vykázal a zda a jak ji uhradil, zda je podnik schopen hradit své dluhy včas a jak svou platební politiku řídí, jaká je výnosnost vloženého kapitálu.<sup>52</sup>

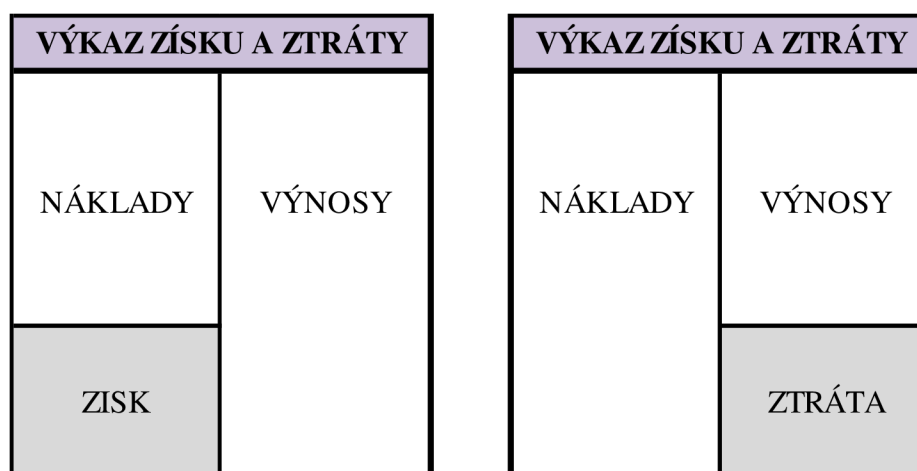
<sup>52</sup> SELÁČEK, J. Cash flow, s. 33 - 34

### 2.6.2 Výkaz zisku a ztrát

Strukturu podnikových nákladů a výnosů zachycuje výkaz zisku a ztráty. Zisk nebo ztráta je pak uvedena v rozvaze. Základní funkcí výkazu zisku a ztráty je zjistit výsledek hospodaření podniku za běžné účetní (nebo kratší) období.<sup>53</sup>

Zisk je rozdíl mezi výnosy a náklady podniku, jestliže v daném období jsou výnosy podniku vyšší než náklady. Pokud v daném období jsou náklady vyšší než výnosy, podnik vykazuje ztrátu.<sup>54</sup>

Grafické znázornění zisku nebo ztráty je na obrázku č. 4.



Obrázek 5: Výkaz zisku a ztráty (SELÁČEK, J., Cash flow, s. 42)

### 2.6.3 Cash flow

Cash flow je definován jako skutečný pohyb (tok) peněžních prostředků podniku za určité období v souvislosti s jeho činností. Je východiskem pro řízení likvidity podniku. Výchozí datovou základnou pro zjišťování cash flow je účetnictví podniku. Základem pro sledování peněžních toků podniku je rozvaha, která zachycuje výsledek hospodaření i stav peněžních prostředků k určitému datu.<sup>55</sup>

<sup>53</sup> SELÁČEK, J. Cash flow, s. 41 - 46

<sup>54</sup> ŠIMAN, J. Úvod do podnikových financí, s. 57

<sup>55</sup> SEDLÁČEK, J. Cash flow, s. 54 - 63

Členění výkazu cash flow koresponduje se základními podnikovými činnostmi rozdělenými na hlavní výdělečnou (provozní činnost), investiční činnost a financování podniku. Cash flow tedy členíme na:

- *Cash flow z provozní činnosti* – provozní činností se rozumí aktivity podniku, které přinášejí podniku výnosy.
- *Cash flow z investiční činnosti* – investiční činností se rozumí nabývání a pozbývání dlouhodobých aktiv
- *Cash flow z oblasti financování* – financování je oblastí, do které se promítají změny ve výši a struktuře podnikového kapitálu (vlastního i cizího).<sup>56</sup>

Existují dvě metody sestavení výkazu cash flow:

- **Přímá metoda** – vykazují se skutečné příjmy a výdaje podniku za období.
- **Nepřímá metoda** – vychází z účetních výkazů rozvahy a výkazu zisku a ztráty daného podniku. Základ tvoří zisk, který se upraví o náklady nesouvisející s výdaji a výnosy nesouvisející s příjmy. Doplní se o pohyby peněžních prostředků, které souvisí se změnami majetku a kapitálu.<sup>57</sup>

#### 2.6.4 Bod zvratu

Bod zvratu je takový objem výroby, při kterém se tržby a celkové náklady rovnají a zisk je roven nule.<sup>58</sup>

#### Výpočet bodu zvratu

Pokud podnik vyrábí jeden druh výrobku, vypočítá bod zvratu podle vzorce:

$$Q = \frac{FN}{(p - b)}$$

Q = bod zvratu

FN = fixní náklady

p = cena výrobku

b = variabilní náklady na jeden výrobek

---

<sup>56</sup> SELÁČEK, J., Cash flow, s. 54 - 56

<sup>57</sup> ŠIMAN, J., Úvod do podnikových financí, s. 61

<sup>58</sup> ŠIMAN, J., Úvod do podnikových financí, s. 58

Pokud podnik plánuje dosáhnout určité výše zisku, pak výpočet bodu zvratu je následující:

$$Q = \frac{(FN + \text{plánovaný zisk})}{(p - b)}$$

Často však nastává situace, že podnik vyrábí různorodou produkci. Vzorec pro výpočet bodu zvratu pro podniky vyrábějící různorodou produkci je následující:

$$Q = \frac{FN}{(1 - h)}$$

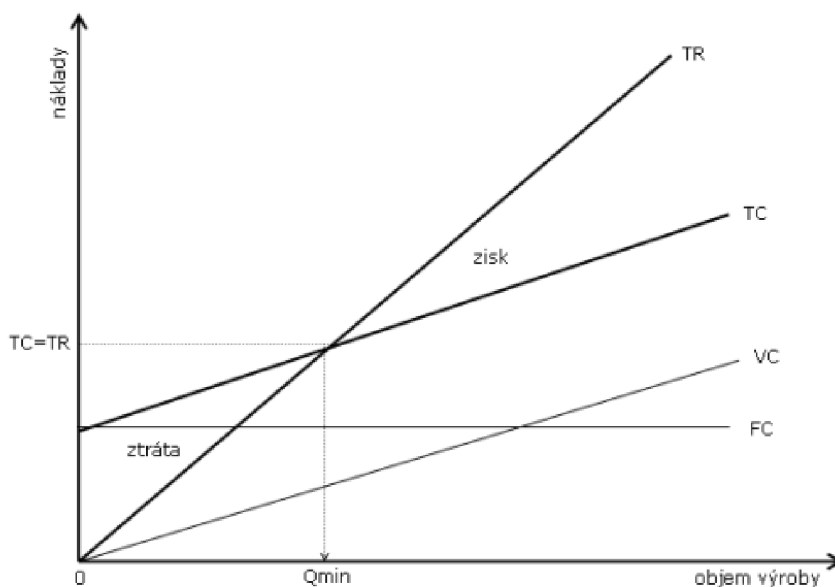
$h$  je podíl variabilních nákladů v haléřích, který připadá na 1 Kč tržeb.

$$h = \frac{VN}{T}$$

VN = variabilní náklady

T = tržby<sup>59</sup>

### Grafické vyjádření bodu zvratu



Graf 1: Graf znázorňující bod zvratu (Zdroj: JÁČ, I. Nauka o podniku [online])

<sup>59</sup> ŠIMAN, J., Úvod do podnikových financí, s. 59 - 60

Přímka tržeb má počátek v bodě nula, neboť při nulovém objemu prodeje jsou tržby nulové. Přímka celkových nákladů (CN) má počátek v bodě hodnoty fixních nákladů (FN). Aby podnik produkoval zisk, musí mít přímka celkových nákladů menší sklon, než přímka tržeb. Potom se přímky protnou v bodě zvratu.

Bod zvratu odpovídá objemu výroby, při kterém jsou uhrazeny celkové náklady. Při takovém objemu výroby podnik nedosahuje zisku, ani ztráty.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> ŠIMAN, J., Úvod do podnikových financí, s. 58

### 3 ANALÝZA SOUČASNÉ SITUACE

V této kapitole jsou vyhodnoceny výsledky z marketingového průzkumu, který proběhl v městské části Brno – Černovice, kde má být podnik umístěn. Součástí analýzy je PEST analýza vnějšího prostředí, Porterova analýza pěti sil a SWOT analýza.

#### 3.1 Charakteristika městské části Brno Černovice

Brno – Černovice je městská část statutárního města Brna. Dnešní správní území má rozlohu 629,41 ha a rozkládá se na levém břehu řeky Svitavy. Bydlí zde přibližně 7.500 obyvatel. Tato městská část je tvořena z menších Starých a větších Nových Černovic. Nové Černovice mají městský charakter s převážně obytnými domy, postavenými za první republiky. Staré Černovice mají spíš vesnický charakter.<sup>61</sup>

Městská část Brno-Černovice ještě jako samostatná obec vznikla před více než 700 lety. V roce 1645 při obléhání Brna švédskými vojsky byla obec značně poškozena. Severně od starých Černovic byla v letech 1861 až 1863 vybudována zemská psychiatrická léčebna. Od 70. let 19. století byla zahájena zástavba Nových Černovic, která byla dotvořena během období První republiky. Ve třicátých letech zde vznikla nouzová dělnická kolonie Černovičky, která však od roku 1969 náleží ke katastru sousední Slatiny. Roku 1959 začalo na východním okraji Nových Černovic v prostoru dnešní Kneslovy a Krausovy ulice vznikat vůbec první brněnské panelové sídliště.<sup>62</sup>

Černovice byly původně zemědělsky orientované, nyní se však ve svých okrajových částech mění v průmyslovou čtvrť. Ještě před rokem 1989 zde byl vybudován textilní kombinát Nová Mosilana a v současné době je průmyslová čtvrť orientována do oblasti nazvané Černovické terasy, na bývalém černovickém letišti.<sup>63</sup>

Občanská vybavenost Černovic je dostačující. Obyvatelé mají k dispozici tři mateřské školky, dvě základní školy, tři střední školy a také základní uměleckou školu. Nachází se zde také řada lékařů, a to nejen praktičtí lékaři, ale i zubní lékaři, ortoped, neurolog a

---

<sup>61</sup> <http://www.brno-cernovice.cz/o-cernovicich/>

<sup>62</sup> tamtéž

<sup>63</sup> tamtéž



internista. Kromě lékařů jsou zde také tři veterináři. Samozřejmostí jsou také lékárny, které jsou zde hned tři. Nachází se zde také Česká pošta.<sup>64</sup>

Obyvatelé Černovic mohou využít služeb Knihovny Jiřího Mahena V Brně, nachází se zde několik sportovních klubů a sportovišť, samozřejmostí jsou také parky a dětská hřiště. Funguje zde několik společenských organizací, které nabízí nejrůznější zájmové kroužky. Obyvatelé tak mají na výběr, jak budou trávit svůj volný čas.<sup>65</sup>

## **3.2 Marketingový průzkum**

Marketingový průzkum je velmi důležitý před zahájením podnikání. Data získaná dotazováním jsou využita pro další analýzy a pro sestavení marketingové mixu. Výzkumem zjistím, o jaké produkty mají potenciální zákazníci zájem, a jsem schopna stanovit cenu produktů.

Marketingový průzkum byl proveden metodou písemného dotazování, dotazníky byly jak v tištěné, tak i v elektronické podobě. Cílem průzkumu bylo zjistit, zda by lidé v dané lokalitě navštěvovali kavárnu/vinárnu, kolik jsou ochotni v takovém podniku utratit, zda je pro ně důležitá kvalita a domácí produkty a o jaké produkty by měli zájem.

Celkem bylo rozdáno 160 dotazníků. Návratnost je 75 %, tedy 120 dotazníků se vrátilo vyplněných. Dotazník je součástí přílohy č. 1 této diplomové práce.

### **3.2.1 Vyhodnocení dotazníků**

V následující části jsou vyhodnoceny jednotlivé otázky z dotazníku. Vyhodnocení marketingového průzkumu mi poskytne cenné informace o potenciálních zákaznících.

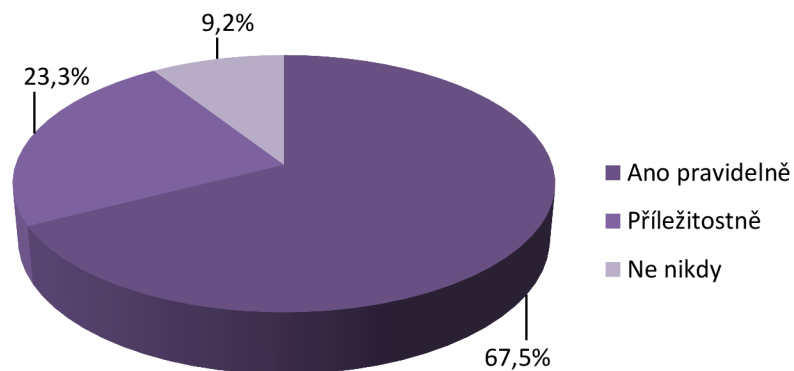
#### ***Otázka č. 1 – Pijete kávu?***

Z marketingového průzkumu bylo zjištěno, že 67,5 % dotazovaných pije kávu pravidelně, pouze 9 % kávu nepije vůbec. Celkem lidí, kteří pijí kávu, je 91 % respondentů.

---

<sup>64</sup> <http://www.brno-cernovice.cz/>

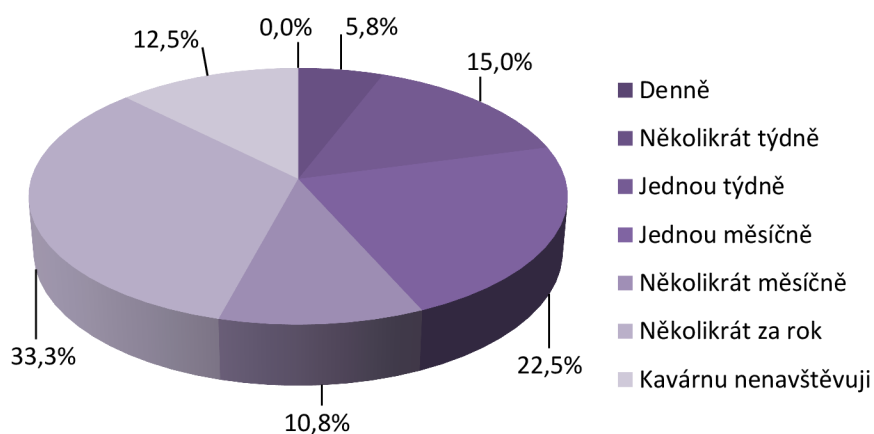
<sup>65</sup> tamtéž



Graf 2: Četnost pití kávy (Zdroj: Vlastní tvorba)

**Otázka č. 2 – Navštěvujete kavárnu/cukrárnu? Pokud ano, jak často?**

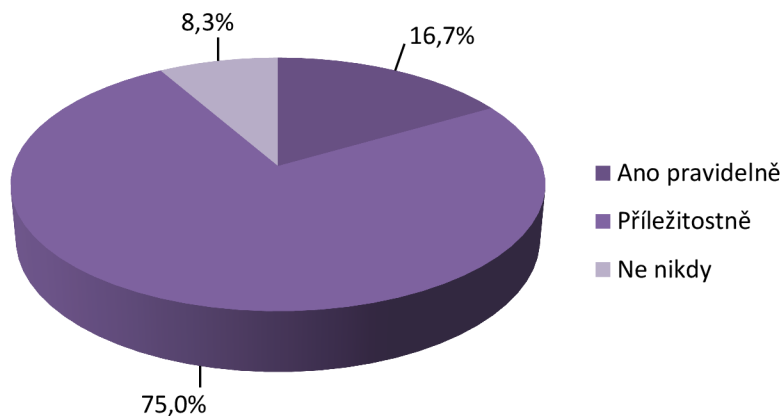
Druhá otázka se týkala návštěvnosti kavárny. Žádný z dotazovaných nenavštěvuje kavárnu denně a pouze 12,5 % respondentů nenavštěvuje kavárnu vůbec. Nejčastější odpověď dotazovaných byla, že kavárnu navštěvují několikrát za rok (33,3 % dotazovaných), dále pak, že kavárnu navštěvují jednou do měsíce (22,5 % dotazovaných).



Graf 3: Četnost návštěvy kavárny (Zdroj: Vlastní tvorba)

### Otázka č. 3 – Dáváte si ke kávě dezert/zákusek/dort?

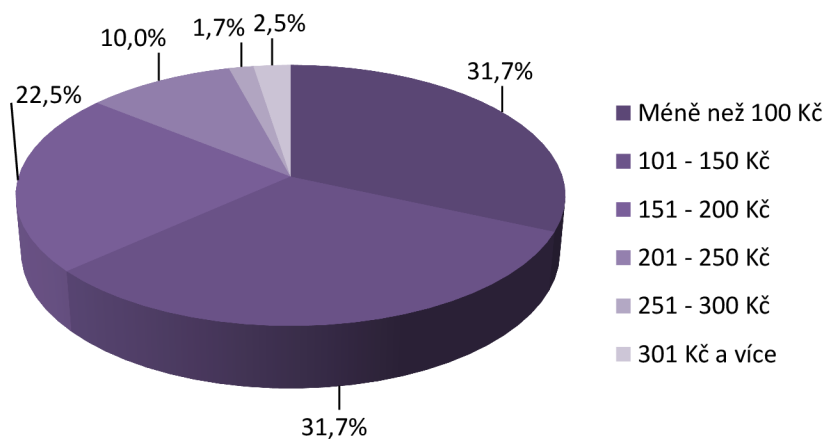
Pozitivním zjištěním bylo, že téměř 92 % dotazovaných si ke kávě dává nějaký dezert/zákusek. Konkrétně 16,7 % lidí si jej dává ke každé kávě a 75 % si ke kávě dává něco sladkého příležitostně.



Graf 4: Četnost konzumace zákusků, dezertů (Zdroj: Vlastní tvorba)

### Otázka č. 4 – Kolik jste ochotni průměrně utratit za služby v kavárně?

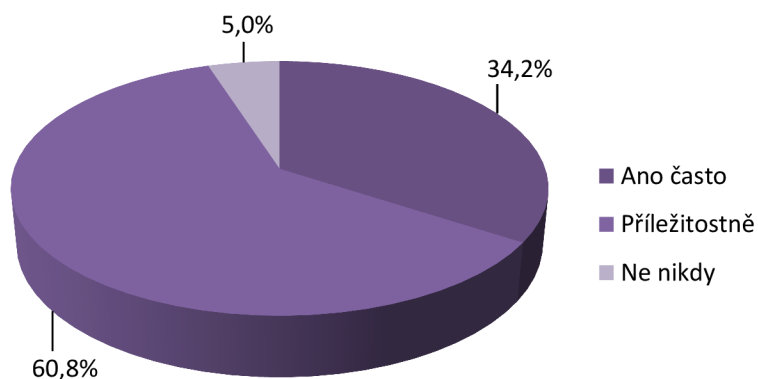
Přibližně 63 % dotazovaných je v kavárně ochotno utratit nejvýše 150 Kč, 22,5 % dotazovaných má útraty v kavárně do 200 Kč. Na základě odpovědí na tuto otázku bude stanovena průměrná tržba na jednoho zákazníka kavárny.



Graf 5: Průměrná útrata v kavárně (Zdroj: Vlastní tvorba)

### Otázka č. 5 – Pijete víno?

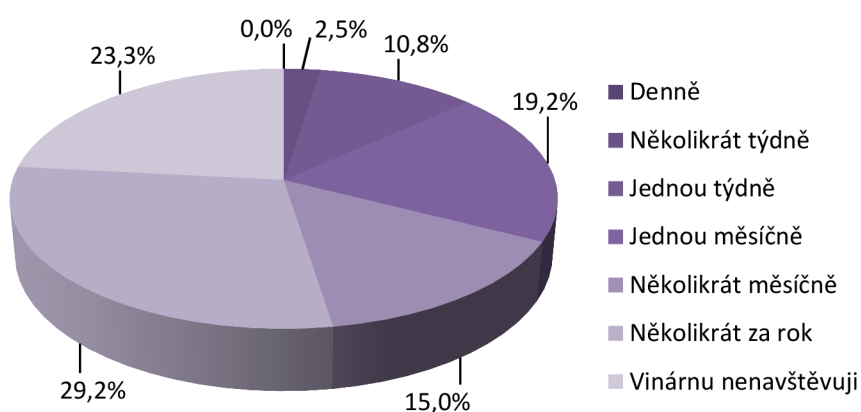
Pouze 5 % dotazovaných nepije víno vůbec, což je menší procento dotazovaných, než kteří nepijí kávu. 34,2 % respondentů pije víno pravidelně, 60,8 % pije víno příležitostně.



Graf 6: Četnost pití vína (Zdroj: Vlastní tvorba)

### Otázka č. 6 – Navštěvujete vinárnu či podobný podnik? Pokud ano, jak často?

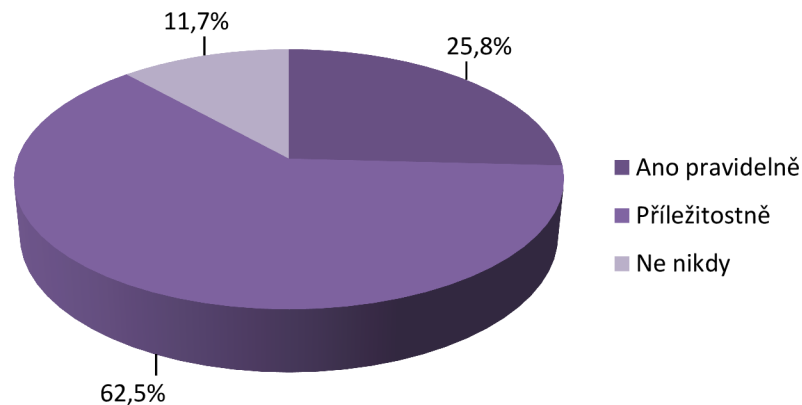
Při zpracování četnosti návštěv vinárny bylo zjištěno, že téměř 77 % dotazovaných vinárnu navštěvuje. Nejčastější odpověď ohledně četnosti návštěv vinárny byla několikrát za rok, takto odpovědělo 29,2 % dotazovaných. Lidí, kteří vinárnu nenavštěvují vůbec, je 23,3 %.



Graf 7: Četnost návštěvy vinárny (Zdroj: Vlastní tvorba)

**Otázka č. 7 – Dáváte si nějaké drobné občerstvení k vínu? Například olivy, paštiky, sýry, panini, slané pečivo,...**

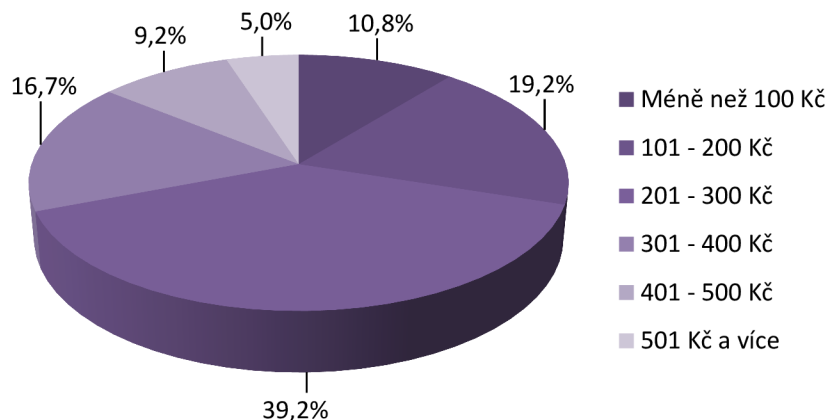
Pouze 11,7 % dotazovaných si k vínu nedává žádné drobné občerstvení. Více než 88 % respondentů si k vínu dává nějaké občerstvení, přitom pravidelně si něco dává 25,9 % dotazovaných.



**Graf 8: Četnost konzumace drobného občerstvení k vínu (Zdroj: Vlastní tvorba)**

**Otázka č. 8 – Kolik jste ochotni průměrně utratit za služby ve vinárně či podniku podobném?**

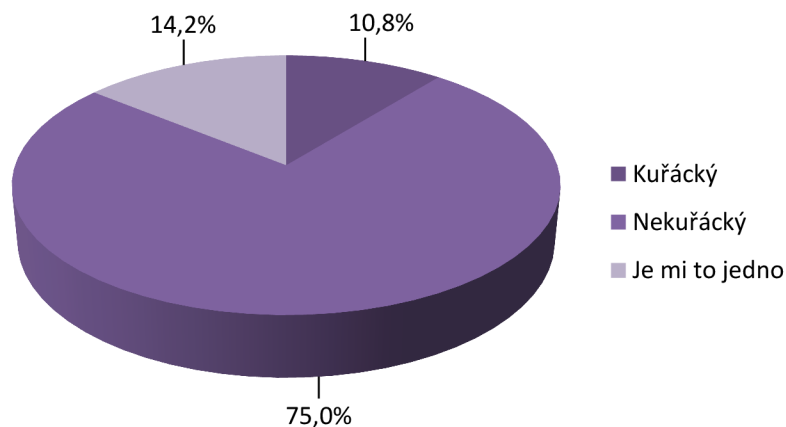
Nejčastější útrata ve vinárně je v rozmezí 201 – 300 Kč, odpovědělo tak 39,2 % respondentů. Na základě odpovědí na tuto otázku bude stanovena průměrná tržba na jednoho zákazníka vinárny.



Graf 9: Průměrná útrata ve vinárně (Zdroj: Vlastní tvorba)

**Otázka č. 9 – Jaký podnik preferujete?**

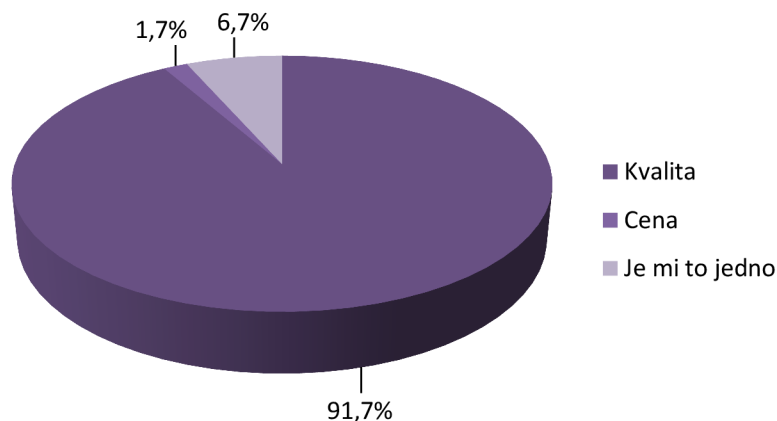
Respondenti se téměř jednoznačně shodli na nekuřáckém prostředí, odpovědělo tak 75 % dotazovaných. Pouze 10,8 % respondentů by uvítalo kuřácký podnik.



Graf 10: Preference výběru podniku z hlediska kouření (Zdroj: Vlastní tvorba)

**Otázka č. 10 – Co je pro Vás přednější při výběru podniku?**

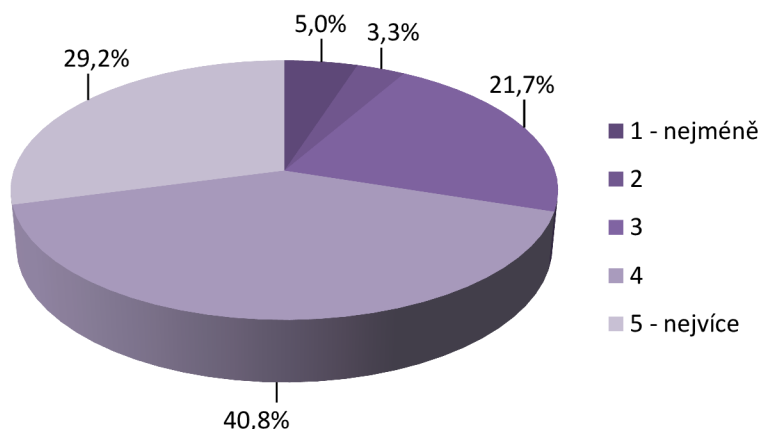
Důležitým faktorem tohoto výzkumu je fakt, že 91,7 % dotazovaných si vybere podnik podle kvality. Pouze 1,7 % respondentů vybírá podnik dle ceny služeb a výrobků.



Graf 11: Preference výběru podniku (Zdroj: Vlastní tvorba)

**Otázka č. 11 – Jak moc jsou pro Vás důležité domácí produkty? Vyberte prosím ze škály 1 - 5.**

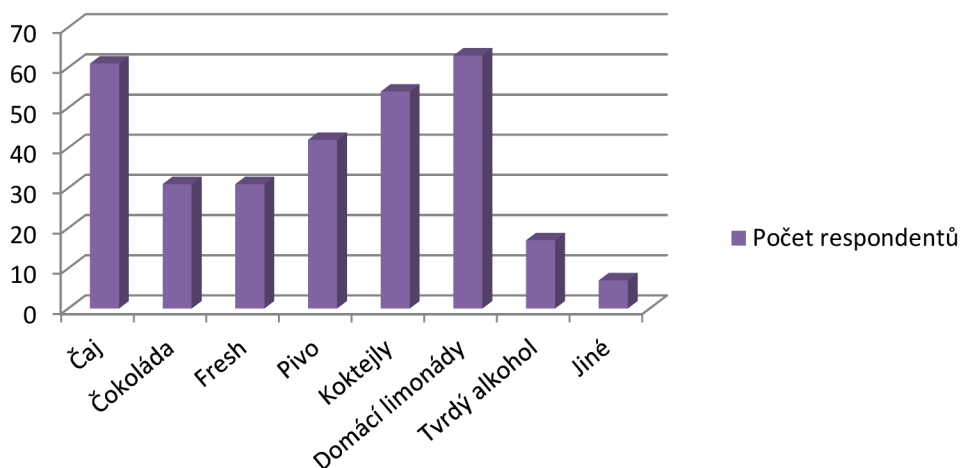
Pro převážnou většinu dotázaných jsou domácí produkty důležité. Pouze 5 % oslovených domácí produkty neuvítá.



Graf 12: Zájem o domácí produkty (Zdroj: Vlastní tvorba)

**Otázka č. 12 – Jaké další nápoje mimo kávu, víno a nealkoholické nápoje byste uvítali? Můžete vybrat více odpovědí.**

Více než polovina respondentů by uvítala domácí limonády a čaje. Dále jsou to koktejly a pivo. O tvrdý alkohol mají potenciální zákazníci zájem nejméně.

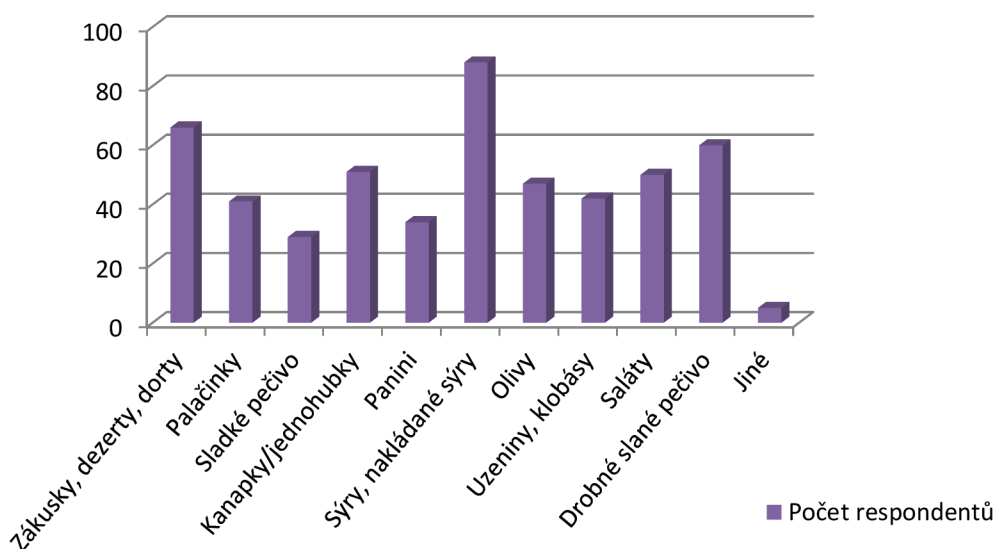


Graf 13: Preference nápojů (Zdroj: Vlastní tvorba)

Další odpovědi: punč, svařené víno, smoothie, horké mošty, voda z kohoutku

**Otázka č. 13 – Jaký sortiment občerstvení byste uvítali? Můžete vybrat více odpovědí.**

Nejvíce lidí má zájem o sýry, odpovědělo tak 73 % dotazovaných. Dále jsou to zákusky/dezerty/dorty, o tyto produkty má zájem 55 % lidí a drobné slané pečivo, o které má zájem polovina oslovených. Oblíbenými jsou také saláty, kanapky/jednohubky, olivy, uzeniny, klobásy a palačinky.



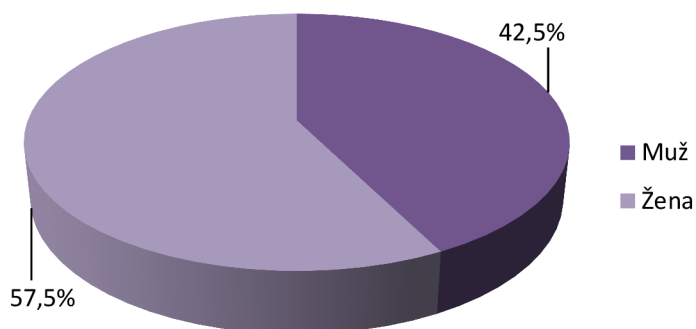
Graf 14: Preference občerstvení (Zdroj: Vlastní tvorba)



Další odpovědi: bábovky, perníky, masné výrobky, brambůrky, paštiky

#### **Otázka č. 14 – Jakého jste pohlaví?**

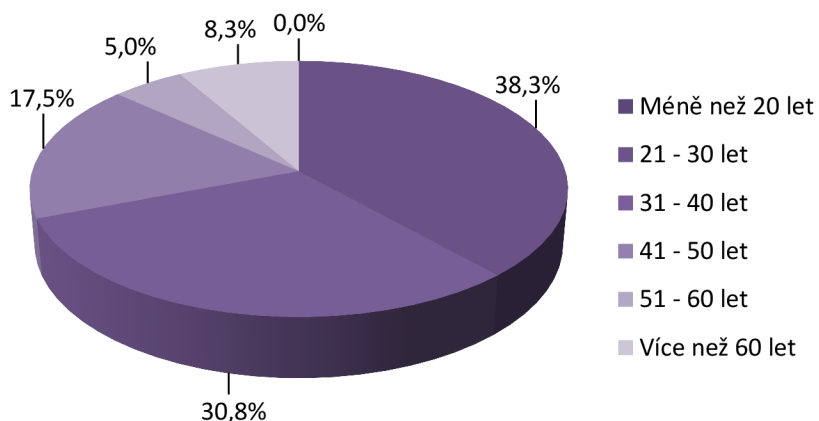
V marketingovém průzkumu bylo oslovenou více žen, konkrétně 57,5 %.



**Graf 15: Pohlaví (Zdroj: Vlastní tvorba)**

#### **Otázka č. 15 – Do které věkové skupiny patříte?**

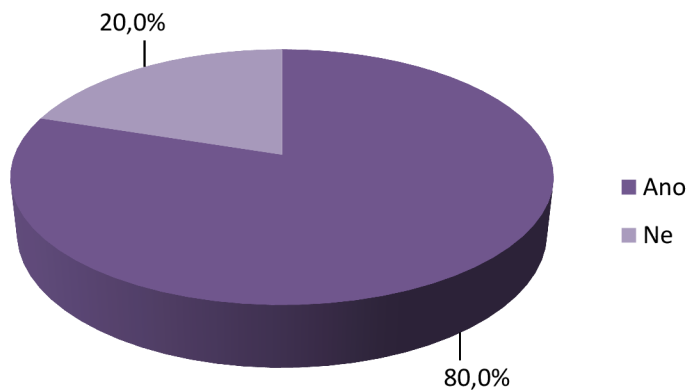
Nejvíce dotazovaných je ve věku 21 – 30 let, konkrétně 38,3 % respondentů, dále pak 30,8 % dotazovaných je v kategorii 31 – 40 let. Dle mého názoru právě tyto dvě věkové kategorie navštěvují kavárny a vinárny nejčastěji.



**Graf 16: Věk (Zdroj: Vlastní tvorba)**

### ***Otázka č. 16 – Chybí Vám takový podnik v Brně Černovicích?***

Novou kavárny/vinárnu by v dané lokalitě uvítalo 80 % dotazovaných. Tato informace je velice důležitá pro realizaci daného podniku.



**Graf 17: Potřeba nové kavárny/vinárny (Zdroj: Vlastní tvorba)**

### ***Otázka č. 17 - Další připomínky, dotazy a náměty prosím uveďte zde:***

V poslední otázce dotazované osoby především uváděli svá přání, jak by měl daný podnik vypadat. Jejich požadavky jsou následující:

- milá, ochotná, usměvavá obsluha,
- čistota prostředí,
- dětský koutek,
- obsluha schopná podat výklad o vínu,
- příjemná obsluha, příjemné a čisté prostředí,
- ochutnávky vín a domácích výrobků.

### **3.3 PEST analýza**

PEST analýza nám poskytuje informaci o vnějším prostředí. Pro účely této diplomové práce jsou nejdůležitější sociální faktory, legislativní faktory a ekonomické faktory.

### 3.3.1 Sociální faktory

V oblasti sociálních faktorů jsem se především zaměřila na demografické charakteristiky – především na počet a složení obyvatel městské části Brno – Černovice.

#### *Počet obyvatel*

V tabulce č. 1 je uveden celkový počet obyvatel města Brna a počet obyvatel městské části Brno – Černovice. Data jsou zpracována dle posledního sčítání lidu, které proběhlo v roce 2011. Téměř 50 % obyvatel Černovic je ekonomicky aktivních.

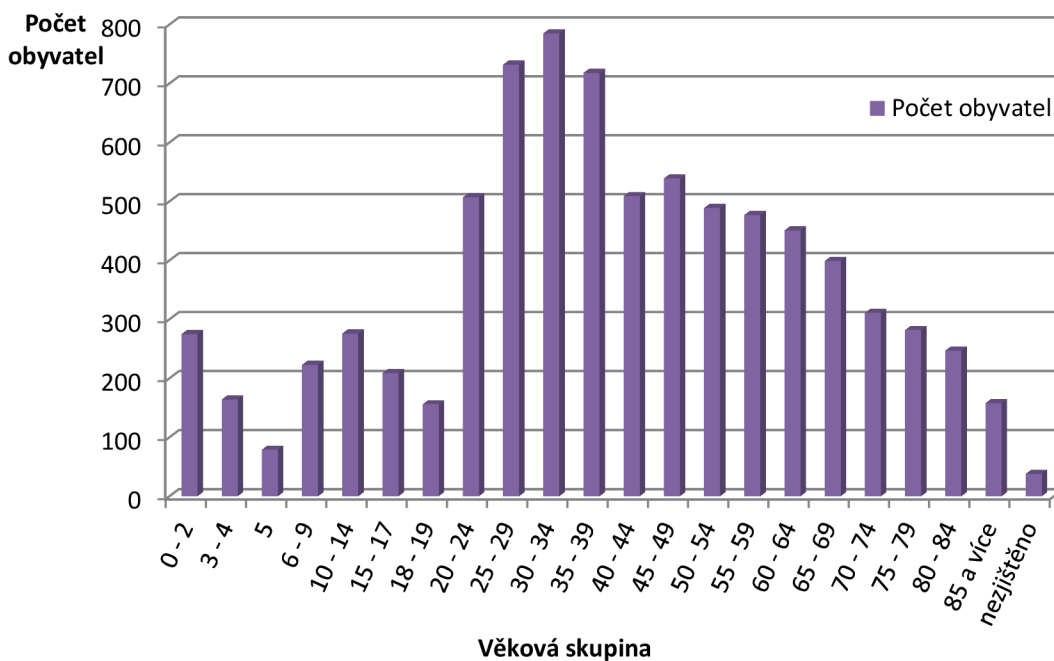
Tabulka 1: Počet obyvatel v Brně v roce 2011 (Zdroj: ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [online])

Oblast	Obyvatelstvo celkem	V tom		Ekonomicky aktivní celkem
		Muži	Ženy	
Brno – město	385 913	185 404	200 509	193 620
Brno – Černovice	8 024	3 895	4 129	4 004

#### *Složení obyvatel*

Graf č. 17 vyjadřuje složení obyvatel dle věku v městské části Brno Černovice. Nejvíce obyvatel je ve věku 30 – 34 let, konkrétně 785 osob. Dále jsou to osoby ve věku 25 – 29 let a 35 – 39 let.

V Brně Černovicích je tedy celkem 27,8 % obyvatel ve věkové skupině 25 – 39 let. V grafu č. 15 z marketingového průzkumu je pak vidět, že nejvíce dotazovaných je právě ve věku 20 – 40 let. Právě tato věková kategorie obyvatel budou potenciální zákazníci kavárny/vinárny.



Graf 18: Věkové složení obyvatel městské části Brno Černovice v roce 2011 (Zdroj: ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [online])

### 3.3.2 Politicko – legislativní

Podnikání v České republice je spojeno také s dodržováním platných zákonů, které se dané oblasti podnikání týkají. V případě provozování kavárny a vinárny se jedná o následující zákony a nařízení:

- zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník,
- zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích,
- zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon,
- zákon č. 262/2006 Sb., zákoníkem práce,
- zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví,
- zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů,
- zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty,
- zákonem č. 110/97 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích,
- vyhláškou č. 137/2004 Sb., o hygienických požadavcích na stravovací služby,
- nařízením EU č. 852/2004, o hygieně potravin,
- a další.

Jednotlivé druhy živností jsou upraveny v živnostenském zákoně, podmínky pro obchodní společnosti jsou nově upraveny v zákoně o obchodních korporacích.

V oblasti gastronomických služeb je nezbytné dodržovat nařízení týkající se požadavků na hygienu a potraviny. Podnik jako je kavárna/vinárna se často setkává s kontrolami České obchodní inspekce, kontrolní hygienické stanice a České potravinářské inspekce. Kontrolují se marže, označení produktů, čistota, třídění odpadu, oddělení prostorů a jiné. Důležité jsou také zásady HACCP, podle kterých je zapotřebí dodržovat bezpečnost potravin a pracovní postupy.

Vzhledem k častým změnám zákonů, ať už z iniciativy České republiky či Evropské unie, je potřeba novely zákonů či nová nařízení sledovat, abychom splňovali všechny požadavky v případě kontroly a předešli pokutám.

### 3.3.3 Ekonomické faktory

V této části hodnotím ekonomické faktory v souvislosti s otevřením nové kavárny/vinárny.

#### Makroekonomické charakteristiky

##### *Nezaměstnanost*

Výše nezaměstnaných osob v Brně v letech 2013 a 2014 je uvedena v tabulce č. 2.

Tabulka 2: Nezaměstnanost v městě Brně v roce 2013 a 2014 (Zdroj: ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [online])

Oblast	Podíl nezaměstnaných osob na obyvatelstvu k 31. 12. 2013 (%)			Podíl nezaměstnaných osob na obyvatelstvu k 31. 12. 2014 (%)		
	celkem	ženy	muži	celkem	ženy	muži
<b>Jihomoravský kraj</b>	8,94	8,74	9,13	8,25	8,30	8,19
v tom okres:						
<b>Brno-město</b>	<b>8,73</b>	<b>8,77</b>	<b>8,69</b>	<b>8,76</b>	<b>8,97</b>	<b>8,54</b>
<b>Brno-venkov</b>	7,07	7,25	6,89	6,38	6,61	6,15

V roce 2014 byl zjištěn nepatrný nárůst nezaměstnaných osob v části Brno-město z 8,73 % nezaměstnaných na 8,76 %. Nezaměstnanost je tedy téměř stejná jako v roce 2014. Pokud bude vývoj podobný v následujících letech, neměla by nezaměstnanost mít vliv na kavárnu/vinárnu.

### ***Výdaje domácností***

V tabulce č. 3 jsou uvedeny čisté roční peněžní příjmy a výdaje na osobu žijící ve městě s minimálním počtem obyvatel 50 000. Nejdůležitější údaj je podíl výdajů za služby v restauracích, kavárnách a jiných podobných zařízeních na celkových čistých výdajích jednoho obyvatele. I přesto, že celkové výdaje v roce 2013 klesly, výdaje na tyto služby nepatrně vzrostly.

**Tabulka 3: Příjmy a vydání osoby žijící v obci s 50 000 a více obyvatel (Zdroj: ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [online])**

<b>Příjmy a vydání</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Čisté peněžní příjmy celkem	157 617	167 568	167 547
Čistá peněžní vydání celkem	147 189	151 872	151 485
Z toho restaurace, kavárny a podobná zařízení veřejného stravování	4 225	4 308	4 379
<b>- vyjádřeno v % na celkových vydáních</b>	<b>2,87</b>	<b>2,84</b>	<b>2,89</b>
- vyjádřeno v % na celkových čistých peněžních příjmech	2,68	2,57	2,61

### **Daňové faktory**

#### ***DPH***

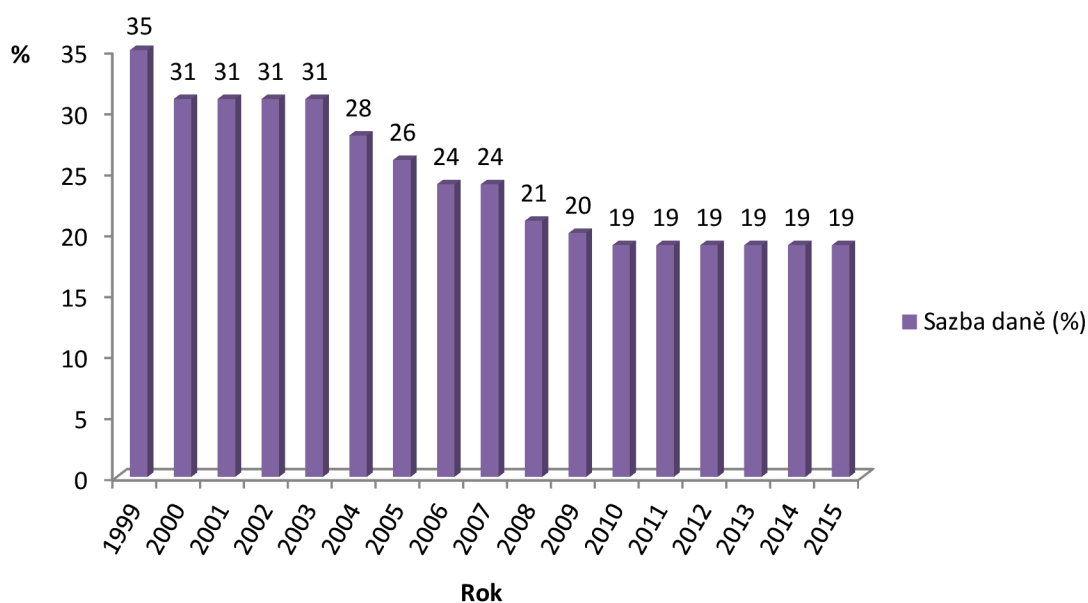
Vývoj DPH je uveden v tabulce č. 4. Sazby DPH od roku 2004 mají růstový trend. Současné sazby jsou ve výši 21 % a 15 %.

Tabulka 4: Vývoj sazby DPH v % v letech 1993 – 1994 (Zdroj: FINANCE [online])

Období	Základní sazba DPH	Snížená sazba DPH
od 1. 1. 1993 do 31. 12. 1994	23	5
od 1. 1. 1995 do 30. 4. 2004	22	5
od 1. 5. 2004 do 31. 12. 2007	19	5
od 1. 1. 2008 do 31. 12. 2009	19	9
od 1. 1. 2010 do 31. 12. 2011	20	10
od 1. 1. 2012 do 31. 12. 2012	20	14
od 1. 1. 2013	21	15

### Daň z příjmu

Důležitým ukazatelem je také daň z příjmu právnických osob. Vývoj této sazby má klesající trend a je zachycen v grafu č. 18. Od roku 2010 je daň z příjmu právnických osob ve výši 19 %.



Graf 19: Vývoj sazby daně z příjmů právnických osob v % v letech 1999 – 2015 (Zdroj: FINANCE [online])

## 3.4 Porterova analýza pěti sil

### 3.4.1 Stávající konkurence

V městské části Brno Černovice není přímý konkurent v oblasti domácích kaváren a vináren s vlastními produkty. Mezi hlavní nepřímé konkurenty patří Hostinec Slunečnice, Vinotéka u Alberta a Cukrářství JŠ. Dále jsou to hospody a podobná zařízení, ty by však neměly mít vliv na otevření kavárny/vinárny. Jednotlivé konkurenty popíši podrobněji níže.

#### Hostinec Slunečnice

Hostinec Slunečnice je restaurace zaměřená na kvalitní domácí kuchyni, podnik je nekuřácký a je nejvíce navštěvován v době obědů. V restauraci jsou nabízena zahraniční vína. Obsluha je profesionální a milá. Výhodou podniku je letní zahrádka a salonek pro nejrůznější oslavy, setkání.

Tabulka 5: Základní údaje o podniku Hostinec u Slunečnice (Zdroj: Vlastní tvorba)

Název	Hostinec Slunečnice
Otevírací doba	Pondělí – čtvrtek: 11:00 – 22:00 Pátek – Sobota: 11:00 – 23:00 Neděle: Zavřeno
Umístění	Faměrovo náměstí, Brno
Cenová úroveň	Vyšší
Kapacita	50 (+25 salonek)
Wi-fi	Ano
Kuřácký podnik	Ne
Dětský koutek	Ano
Letní zahrádka	Ano

#### Vinotéka u Alberta

Vinotéka u Alberta je nekuřácká a nabízí stáčená i lahvová vína. Podnik nenabízí domácí kuchyni, k zakoupení jsou pouze například brambůrky, oříšky. Vinotéka se



nachází na frekventovaném místě, hned vedle supermarketu Albert. Letní zahrádka není k dispozici.

Tabulka 6: Základní informace o podniku Vinotéka u Alberta (Zdroj: Vlastní tvorba)

Název	Vinotéka u Alberta
Otevírací doba	Pondělí – sobota: 10 – 20 h Neděle: 14 – 19 h
Umístění	Olomoucká 148, Brno 618 00
Cenová úroveň	Průměrná
Kapacita	20 osob
Wi-fi	Ne
Kuřácká	Ne
Dětský koutek	Ne
Letní zahrádka	Ne

### Cukrářství JŠ

Cukrářství JŠ je zaměřeno na poskytování domácích zákusků s možností posezení, cukrárna je nekuřácká. Cukrářství nabízí klasické druhy zákusků, minidezertů, dortů, svatebních koláčků, vánočního cukroví a dortů.

Tabulka 7: Základní údaje o podniku Cukrářství JŠ (Zdroj: Vlastní tvorba)

Název	Cukrářství JŠ
Otevírací doba	Pondělí: zavřeno Úterý – Pátek: 10:00 – 12:00, 13:00 – 18:00 Sobota – Neděle: 13:00 – 18:00
Umístění	Elišky Krásnohorské 28b, Brno
Cenová úroveň	Průměrná
Kapacita	10
Wi-fi	Ne
Kuřácký podnik	Ne
Dětský koutek	Ne
Letní zahrádka	Ne

### **3.4.2 Nová konkurence**

V současné době nemám žádné informace o tom, že by měla v Brně – Černovicích vzniknout nová kavárna/vinárna. To však neznamená, že by konkurenční podnik nemohl v budoucnu vzniknout. Dle mého názoru nová konkurence vznikne po realizaci výstavby nových bytů v oblasti Kaménky. Realizace je plánována až za pár let, hrozbu nové konkurence tedy v současné době považuji za bezpředmětnou.

### **3.4.3 Vliv odběratelů**

Odběratelé jsou v případě kavárny/vinárny zákazníci, kteří budou daný podnik navštěvovat. Potenciální zákazníci budou především lidé, kteří hledají příjemné prostředí pro posezení a rozhovor s přáteli, upřednostňují čerstvé, kvalitní a domácí produkty.

Z marketingového výzkumu vyplynulo, že nejčastějšími zákazníky budou lidé ve věku 20 – 40 let. Vzhledem k nekuřáckému prostředí a věkové skupině dotazovaných mohou být další skupinou zákazníků rodiče s dětmi. Zaměřím se tedy na lidi ve věku 20 – 40 let, u nichž převládá preference kvality nad cenou, a dále se zaměřím na rodiče s dětmi.

Zákazníci budou mít vliv na nabídku produktů. Dle poptávky po jednotlivých druzích produktů a zpětné vazby od zákazníků bude upravována nabídka občerstvení v kavárně/vinárně. Spokojenost zákazníka je na prvním místě. Spokojený zákazník se do podniku rád vrací a to má vliv na tržby a zisk.

### **3.4.4 Vliv dodavatelů**

Uvedu nejdůležitější dodavatele pro můj podnik, které rozdělím do dvou kategorií – dodavatelé vybavení a dodavatelé materiálu, zboží a služeb běžného provozu.

#### **Dodavatelé vybavení:**

Na trhu je velká konkurence dodavatelů vybavení provozoven typu kavárna/vinárna.

- Nábytek – <http://www.cesk.cz/>
- <http://www.e-gastroshop.cz/>
- Nerez zařízení kuchyně – <http://www.kovolika.cz/uvodni-stranka/>

- Bar (barový pult) – <http://www.sigroup.cz/>
- Nábytek - <http://www.gastronabytek24.cz/>

### **Dodavatelé materiálu, zboží a služeb běžného provozu**

- <https://eshop.myfoodmarket.cz/>
- <http://www.badeko.cz/>
- <http://brno.svetbedynek.cz/>
- Makro
- [kavovnik.cz](http://kavovnik.cz)
- Vinařství Rodina Kölbelova
- Vinařství Maňák

V současné době je na trhu mnoho dodavatelů materiálu, zboží, které jsou potřeba pro provoz kavárny/vinárny, ze kterých je možnost si vybírat. Pro moji kavárnu/vinárnu jsou však někteří dodavatelé specifictí – konkrétně se jedná o vinařství a obchody s bio produkty. Ukončení spolupráce s těmito dodavateli by s největší pravděpodobností mělo významný vliv.

#### **3.4.5 Substituční produkty**

Substitučním produktem pro mou nabídku vín je nabídka vín Vinotéky u Alberta. Její nevýhodou však je, že nenabízí občerstvení. Pro zákusky/dezerty/dorty mého podniku jsou substituční produkty klasické zákusky Cukrářství JŠ. Kapacita tohoto podniku je však menší a chybí nabídky dalších domácích produktů – např. limonád, punčů. Dalším substitutem je domácí kuchyně restaurace Hostinec Slunečnice, zde však chybí nabídka moravských vín.

### **3.5 SWOT analýza**

Jako každá podnik, tak i kavárna/vinárna má své silné a slabé stránky. Potýká se také s určitými hrozbami, na druhou stranu má i spoustu příležitostí, kterých je potřeba využít. SWOT analýza pro moji kavárnu/vinárnu je znázorněna na obrázku č. 6

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<p>Domácí, kvalitní produkty</p> <p>Vína menších vinařů</p> <p>Příjemná obsluha</p> <p>Domácí prostředí</p> <p>Nekuřácký podnik</p> <p>Nabídka produktů se bude obměňovat</p> <p>Wifi</p>	<p>Omezená provozní doba</p> <p>Menší nabídka produktů</p> <p>Začínající podnik</p> <p>Chybějící dětský koutek</p>
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<p>Málo podniků s produkty vlastní výroby</p> <p>Neexistence podobného podniku v dané lokalitě</p> <p>Dobré vztahy s menšími vinaři</p> <p>Výstavba nových bytů</p>	<p>Vína méně známých vinařů</p> <p>Zákazník – snaha spořit</p> <p>Vyšší nezaměstnanost</p> <p>Vstup nového konkurenta</p>

Obrázek 6: SWOT analýza (Zdroj: Vlastní tvorba)

### 3.5.1 Silné stránky:

**Domácí, kvalitní produkty** – V podniku budou k dostání domácí, čerstvé produkty (zákusky, deserty a jiné drobné občerstvení vlastní výroby, domácí limonády a jiné. Značka podniku je budována právě na kvalitě a vlastní výrobě produktů.

**Vína menších vinařů** – V podniku budou k dostání kvalitní vína menších vinařů, která nejsou běžně dostupné v jiných podnicích. Jedná se opět o výjimečnost podniku, který tato vína nabízí.

**Příjemná obsluha** – Další silnou stránkou podniku je milá, příjemná obsluha, pro kterou je zákazník na prvním místě. Lidé se rádi vrací tam, kde jim nejen chutnalo, ale kde se cítili dobře díky milé obsluze, která jim vždy vyšla vstříc.

**Domácí prostředí** – Je velice důležité, aby se zákazník cítil v daném prostředí dobře. Jedná se tedy o útulné, příjemné a čisté prostředí s pohodlným posezením.

**Nekuřácký podnik** – Převážná většina kaváren v Brně jsou kuřácké. Na základě marketingového výzkumu bylo zjištěno, že potenciální zákazníci mají zájem o nekuřácký podnik. Nekuřácké prostředí tedy považují za další silnou stránku mého záměru.

**Wifi** – Lidé využívají kavárny také k pracovním účelům a pracovním schůzkám. Zákazník tedy internetové připojení jistě uvítá.

**Nabídka se bude neustále obměňovat** – Podnik bude nabízet sezónní nápoje i občerstvení. V létě bude především využíváno především sezónní ovoce a zelenina. Tím je také zajištěna čerstvost daných produktů.

### **3.5.2 Slabé stránky:**

**Omezená provozní doba** – Slabou stránkou kavárny je omezená provozní doba. Pondělí bude sanitární den, některé dny v týdnu nebude otevřeno celý den, avšak v pátek i v sobotu bude otvírací doba prodloužena do pozdějších hodin.

**Menší, avšak kvalitní nabídka produktů** – Nabídka bude omezena, avšak bude kladen důraz na kvalitu a čerstvost nabízených produktů. Omezená nabídka bude kompenzována tím, že se bude neustále obměňovat a potenciální zákazník bude mít jistotu čerstvosti nabízených produktů.

**Začínající podnik** – Kavárna/vinárna ještě nemá vybudované jméno, neboť nově vzniká. Může mít tak negativní dopad na návštěvnost podniku.

**Chybí dětský koutek** – Chybějící dětský koutek je nevýhodou pro rodiče s dětmi, kteří by tuto službu kavárny s největší pravděpodobností uvítali.

### **3.5.3 Příležitosti:**

**Málo kaváren/vináren s produkty vlastní výroby** – V Brně je málo kaváren s produkty vlastní výroby. Hodně kaváren zákusky/dorty nakupuje od jiných společností, v některých případech dokonce odebírají zmražené produkty. Podobně fungují i některé pekárny.

***Dobré vztahy s vinaři*** – Dobré vztahy s vinaři jsou příležitostí pro vyjednávání cen za jejich produkty.

***Nedostatek podniků v dané lokalitě, neexistence takového podniku v dané lokalitě*** –

V dané lokalitě, kde má kavárna/vinárna vzniknout je nedostatek podniků podobného typu. Hlavní konkurenti jsou popsáni v předchozí kapitole „analýza současného stavu“. V dané lokalitě jsou už jen klasické hospody, většinou kuřácké.

***Výstavba nových bytů*** – Výstavba nových bytů znamená více obyvatel a tedy více potenciálních zákazníků. Konkrétně výstavba Řehořova a plánovaná výstavba Kaménky.

#### **3.5.4 Hrozby:**

***Vína méně známých vinařů*** – V podniku budou k dostání vína menších vinařů, které potenciální zákazníci nemusí znát. Mohou tak mít obavy, zda jim vína budou chutnat.

***Zákazník – snaha spořit*** – Hrozbou pro daný podnik je i zákazník, který se bude snažit spořit a tedy odložit tak své současné peněžní prostředky pro potřeby budoucí.

***Vyšší nezaměstnanost*** – Růst nezaměstnanosti je pro daný podnik hrozbou, neboť nezaměstnaní lidé nebudou mít dostatek finančních prostředků na to, aby si mohli dovolit kavárnu/vinárnu navštěvovat.

***Vstup nového konkurenta*** – Velkou hrozbou je nová konkurence, která by mohla nabízet velmi podobné služby a produkty.

## 4 NÁVRH ŘEŠENÍ

Předmětem podnikatelského záměru je otevření kavárny/vinárny v městské části Brno – Černovice. V této oblasti chybí podnik tohoto typu, podnik s příjemným prostředím a milou obsluhou, kde budou poskytovány kvalitní produkty i služby.

### 4.1 Popis podniku

Cílem kavárny/vinárny je poskytovat kvalitní produkty a služby. V podniku bude k dostání kvalitní káva i víno, domácí výrobky – domácí limonády, domácí zákusky, dezerty, dorty, pečivo, domácí pochutiny k vínu - kanapky, nakládané sýry, domácí slané pečivo a jiné. Podmínkou je čerstvost, a proto nabídka nebude stále stejná, ale bude se obměňovat.

Podnik bude nekuřácký. Útulné prostředí a milá obsluha, kdy zákazník je na prvním místě, čerstvost, domácí produkty jsou silnou stránkou tohoto podniku. Zákazníkům bude k dispozici Wifi připojení.

#### 4.1.1 Základní údaje a umístění

**Název kavárny:** Nebe v hubě

**Umístění:** Brno Černovice (Plán v Černovicích - revitalizovat park Řehořova a umístit zde i kavárnu)

**Obchodní firma:** Kavárna a vinárna Nebe v hubě s.r.o.

**Sídlo:** Kneslova 5, Brno

**Právní forma podnikání:** Společnost s ručením omezeným

**Předmět podnikání:** Hostinská činnost

**Společníci:** Zdena Kneiflová

**Základní kapitál:** 100.000 Kč

**Registrace k DPH:** Ano, společnost bude čtvrtletním plátcem DPH

#### **4.1.2 Vize a cíle**

Vize a cíle společnosti jsou následující:

- poskytovat kvalitní produkty a služby,
- být výjimeční, konkurenceschopní,
- vybudovat si dobré jméno,
- každoročně zvyšovat obrat a zisk,
- rozšiřovat nabízené služby.

#### **4.1.3 Volba právní formy podnikání a zřízení živnosti**

Provozování kavárny/vinárny se řadí mezi hostinskou činnost, tedy dle Zákona o živnostenském podnikání jde o řemeslnou činnost. Vzhledem k tomu, že nemám dostatečné vzdělání a praxi v oboru, abych mohla kavárnu/vinárnu provozovat, budu potřebovat osobu, která provozování tohoto podniku zastřeší.

Podnik bude založen jako společnost s ručením omezeným. Tato právní forma podnikání byla zvolena z důvodu toho, že podnik může založit jediná osoba a vlastníci ručí svým majetkem do výše nesplaceného vkladu. Další výhodou je snížení minimální výše vkladu na 1 Kč.

#### **4.1.4 Otevírací doba**

Otevřeno bude šest dní v týdnu, pouze pondělí bude sanitární den. V pátek a v sobotu bude otevírací doba delší, předpokládám vyšší návštěvnost.

Pondělí: zavřeno

Úterý: 9:00 – 22:00

Středa: 13:00 – 22:00

Čtvrtek: 13:00 – 22:00

Pátek: 9:00 – 23:00

Sobota: 9:00 – 23:00

Neděle: 9:00 – 20:00



#### **4.1.5 Personální zajištění**

V podniku budou 2 zaměstnanci. Jedním zaměstnancem budu já – Zdena Kneiflová. Druhým zaměstnancem bude osoba XY, která mimo jiné provozování kavárny/vinárny zastřeší. Jedná se o osobu, která je vzdělaná v oboru a má i dostatečné pracovní zkušenosti v gastronomických zařízeních. Dále budou k dispozici dva brigádníci na dohodu o provedení práce.

Pracovní činnosti zaměstnanců a brigádníků jsou následující:

##### Zdena Kneiflová:

- provoz kavárny/vinárny,
- nákup materiálu a zboží,
- příprava dortů, dezertů, občerstvení k vínu,
- obsluha zákazníků,
- marketing,
- zajišťování akcí.

##### Zaměstnanec XY:

- řízení chodu kavárny/vinárny,
- obsluha zákazníků,
- pravidelné inventury,
- úklid kavárny/vinárny,
- zajištění brigádníků.

##### Brigádník:

- obsluha zákazníků,
- úklid kavárny/vinárny.

#### **4.2 Marketingový mix**

Tato část vychází z marketingového průzkumu. Zahrnuje produktovou a cenovou strategii, distribuci a propagaci.

### **4.2.1 Produkt**

Produktem tohoto podnikatelského záměru je poskytování služeb v kavárně/vinárně. Bude zde nabízena kvalitní káva, domácí výrobky – domácí limonády, domácí zákusky, dezerty, dorty, pečivo, domácí pochutiny k vínu (kanapky, nakládané sýry, ...), které budu já sama v podniku připravovat. Podmínkou je čerstvost, a proto nabídka nebude stále stejná, ale bude se obměňovat.

Některé produkty budou v BIO kvalitě, jedná se především o domácí limonády, mošty, masné výrobky, kdy potraviny budou nakupovány v řetězcích s BIO potravinami či potravinami z českých farem. V nabídce budou vína od menších vinařů z okolí Kyjova.

Konkrétní nabídku kavárny/vinárny, která se nachází v příloze č., jsem vypracovala na základě marketingového průzkumu – konkrétně z otázek, jaké produkty by potenciální zákazníci uvítali.

### **4.2.2 Cena**

Ceník je uveden v příloze č. Ceny jsou stanoveny na základě podrobných kalkulací jednotlivých produktů s přihlédnutím na výsledky marketingového průzkumu, kdy jsem zjistila, kolik jsou potenciální zákazníci ochotni utratit v podniku jako je kavárna/vinárna. Lze však říci, že se bude jednat o nákladově orientovanou tvorbu ceny. Průměrnou marži jsem si stanovila na 59 %. Ceny jsou na danou městskou část mírně vyšší, je to však dáno vyššími náklady na kvalitnější suroviny.

### **4.2.3 Distribuce**

Distribucí se v případě kavárny/vinárny myslí přímý prodej služeb koncovému zákazníkovi v příslušné provozovně. Přicházím se zákazníky do přímého kontaktu a je to nejlepší možnost, jak zjistit jeho potřeby a přání. S distribucí úzce souvisí otevírací doba. Mimo pondělí bude otevřeno každý den, prodloužená provozní doba bude o víkendu.

#### **4.2.4 Propagace**

Ještě před zahájením provozu kavárny/vinárny budou rozneseny letáčky do schránek obyvatelům Černovic, na místa jako jsou čekárny u lékařů, školy, sportoviště a jiné. Bude na nich informace, kdy bude kavárna/vinárna otevřena a jaká bude otvírací doba podniku, kontakt a na co se můžou zákazníci těšit.

Asi měsíc před zahájením provozu bude spuštěna stránka na Facebooku a týden před otevřením budou spuštěny i webové stránky. Následně v průběhu provozu podniku se ke komunikaci se zákazníky mimo kavárnu/vinárnu budou převážně využívat webové stránky a sociální sítě – především Facebook. Dle mého názoru právě Facebook je perfektním nástrojem propagace takového podniku. Údaje by se měly aktualizovat několikrát denně, aby zákazníci věděli, na co se mohou zrovna ten den těšit, co je aktuálně v nabídce.

### **4.3 Finanční plán – realistická varianta**

Finanční plán je stěžejní část podnikatelského záměru. Predikuje nejen náklady spojené se zahájením a průběhem podnikání, ale také tržby, jichž je možno dosáhnout. Finanční plán je důležitý pro rozhodování, zda podnikání zahájit, a je také důležitý pro věřitele v případě potřeby cizích zdrojů financování podnikatelské činnosti.

Vzhledem k tomu, že předpokládám obrat větší jak 1 milion Kč, budu se registrovat k dani z přidané hodnoty (DPH). Proto jsou veškeré náklady/výnosy kalkulovány bez DPH. Příjmy a výdaje pro výkazy cash flow jsou naopak vykazovány včetně DPH.

#### **4.3.1 Výdaje/náklady nezbytné k otevření podniku**

##### **Náklady na zřízení společnosti**

V tabulce č. 8 jsou uvedeny poplatky potřebné k vyřízení živnosti a založení společnosti s ručením omezeným. Celkem bude k založení společnosti potřeba 13.200 Kč. Nepředpokládám další výdaje před založením společnosti, proto tyto výdaje budou rovnou v nákladech a ne na dlouhodobém majetku – zřizovací výdaje, neboť jsou nižší než 60 tis. Kč.

**Tabulka 8: Poplatky za zřízení s.r.o. v Kč (Zdroj: Vlastní tvorba)**

<b>Poplatky za zřízení s.r.o. (Kč)</b>	
Poplatek za zápis do obchodního rejstříku	6 000
Notářské poplatky	5 000
Poplatek za vyřízení živnosti	1 000
Další poplatky	1 200
<b>Celkem</b>	<b>13 200</b>

### **Náklady na marketing**

Marketingové náklady jsou uvedeny v tabulce č. 9 a jsou odhadnuty na 21.000 Kč bez DPH. Vytvoření a správa stránky na Facebooku je ohodnocena na 0 Kč, neboť ji vytvořím a budu spravovat sama.

**Tabulka 9: Náklady na marketing v Kč (Zdroj: Vlastní tvorba)**

<b>Marketing (Kč)</b>	<b>Cena bez DPH</b>	<b>DPH 21 %</b>	<b>Cena s DPH</b>
Vytvoření webových stránek	15 000	3 150	18 150
Letáky, plakáty, vizitky	5 000	1 050	6 050
Inzerce ve zpravodaji Černoviny	1 000	210	1 210
Facebook - vytvoření a správa	0	0	0
<b>Celkem</b>	<b>21 000</b>	<b>4 410</b>	<b>25 410</b>

### **Náklady na drobné úpravy a kurzy**

Před otevřením podniku budou potřeba drobné úpravy prostoru – jedná se především o malování. Také absolvuji baristický kurz. Celkem náklady na tyto služby činí 20.000 Kč bez DPH a jsou uvedeny v tabulce č. 10.

**Tabulka 10: Náklady na drobné úpravy a kurzy v Kč (Zdroj: Vlastní tvorba)**

<b>Služby (Kč)</b>	<b>Cena bez DPH</b>	<b>DPH 21 %</b>	<b>Cena s DPH</b>
Drobné úpravy, malování	15 000	3 150	18 150
Školení, kurzy	5 000	1 050	6 050
<b>Celkem</b>	<b>20 000</b>	<b>4 200</b>	<b>24 200</b>

## Výdaje na nákup dlouhodobého hmotného majetku

Hranice pro zařazení majetku jako dlouhodobý hmotný majetek (DHM) je 40 tis. Kč. Nákup veškerého DHM je uveden v tabulce č. 11, pro zjednodušení počítám se zařazením veškerého DHM do provozu k 1. 1. 201X

Tabulka 11: Výdaje na nákup dlouhodobého majetku v Kč (Zdroj: Vlastní tvorba)

Druh dlouhodobého majetku (Kč)	Cena bez DPH	DPH 21 %	Cena s DPH
Bar (barový pult)	180 000	37 800	217 800
Kávovar	88 900	18 669	107 569
Nábytek (jako soubor)	85 400	17 934	103 334
<b>Celkem</b>	<b>354 300</b>	<b>74 403</b>	<b>428 703</b>

U DHM budou pro potřeby účetnictví použity účetní odpisy, pro účely daňového přiznání budou použity daňové odpisy. Korekce odpisů je provedena v daňovém přiznání. Odpisy jsou pak uvedeny v příloze.

## Náklady na nákup drobného majetku

Jedná se nákup drobného majetku do výše 40 tis. Kč, který se však z důvodu předpokládané doby použitelnosti delší než jeden rok bude časově rozlišovat. Nákup drobného majetku je v celkové výši 386.946 Kč a je uveden v tabulce č. 12.

V tabulce č. 13 je uvedeno časové rozlišení nákladů za pořízení drobného majetku. Náklady na vybavení kuchyně a skladu a náklady na vybavení baru budou časově rozlišovat po dobu tří let, ostatní drobný majetek budou časově rozlišovat dva roky. Časové rozlišení má vliv na výsledek hospodaření. Pokud bych uvažovala dát veškeré vybavení mimo DHM do spotřeby, zvýšily by se tak náklady a zvýšení nákladů by negativně ovlivnilo výsledek hospodaření.

Tabulka 12: Nákup drobného majetku v Kč (Zdroj: Vlastní tvorba)

Druh drobného majetku (v Kč)	Cena bez DPH	DPH	Cena s DPH
<b>Vybavení kuchyně a skladu:</b>			
- Nerez zařízení (stoly, police, regály)	29 601	6 216	35 817
- Sporák	27 000	5 670	32 670
- Trouba	35 600	7 476	43 076
- Myčka	37 900	7 959	45 859
Chladicí skříň	17 390	3 652	21 042
Chladicí skříň prosklená	18 190	3 820	22 010
Mikrovlnná trouba	8 690	1 825	10 515
Kuchyňský robot Kenwood kMix stripes	8 255	1 734	9 989
<b>Vybavení baru:</b>			
- Vinotéka	25 000	5 250	30 250
- Myčka skla	24 900	5 229	30 129
- Výrobník sodovky	21 000	4 410	25 410
Chladicí skříň pod bar 2 ks (1 ks za 11 900)	23 800	4 998	28 798
Mlýnek na kávu	12 960	2 722	15 682
Vitrína na zákusky	18 990	3 988	22 978
Výrobník ledu	18 900	3 969	22 869
<b>Ostatní:</b>			
Registrační pokladna	21 700	4 557	26 257
Notebook	11 590	2 434	14 024
Mobilní telefon	3 290	691	3 981
Software k registrační pokladně	11 750	2 468	14 218
Tiskárna k registrační pokladně	4 990	1 048	6 038
Hifi systém + CD	5 450	1 145	6 595
<b>Celkem</b>	<b>386 946</b>	<b>81 259</b>	<b>468 205</b>

Tabulka 13: Časové rozlišení nákladů v Kč (Zdroj: Vlastní tvorba)

Časové rozlišení v Kč	Celkem	1. rok	2. rok	3. rok
Vybavení kuchyně, skladu a baru	328 176	109 392	109 392	109 392
Ostatní vybavení	58 770	29 385	29 385	
<b>Celkem</b>	<b>386 946</b>	<b>138 777</b>	<b>138 777</b>	<b>109 392</b>

## Režijní materiál a kancelářské potřeby

Před otevřením kavárny je potřeba také vybavit kuchyň a bar nádobím a jinými věcmi. Pro zútulnění nakoupím obrazy, lampičky, polštáře apod. Dále jsou zde také věci pod 3.000 Kč, které neřadím mezi drobný majetek. Významnou položkou jsou také zásoby v celkové výši 31.526 Kč. Nákup spotřebních věcí je uveden v tabulce č. 14. Detailní rozpis je umístěn v příloze.

Tabulka 14: První nákup režijního materiálu a kancelářských potřeb (Zdroj: Vlastní tvorba)

Položky nákupu v Kč	Cena bez DPH	DPH 21 %	Cena s DPH
Nádobí do kuchyně	26 443	5 553	31 996
Nádobí do baru - keramika, sklo, příbory	17 053	3 581	20 634
Tiskárna	2 390	502	2 892
xDSL Wifi modem	987	207	1 194
Nábytek šatna	4 070	855	4 925
Dekorace	12 700	2 667	15 367
Úklidové a kancelářské potřeby	3 070	645	3 715
Zásoby (alkohol - 21 %)	14 686	3 084	17 771
Zásoby (potravin y - 15 %)	16 840	2 526	19 367
<b>Celkem</b>	<b>98 239</b>	<b>19 620</b>	<b>117 859</b>

### 4.3.2 Financování podnikatelské činnosti

Vzhledem k vysokým vstupním nákladům pro realizaci kavárny/vinárny, bude tento záměr financován podnikatelským úvěrem. Potřeba financí pro zahájení podnikatelské činnosti je ve výši 1.077.577 Kč s DPH. Je třeba počítat s cenou s DPH, neboť se jedná o financování výdajů a ne nákladů. Budu žádat o úvěr ve výši 1 milion Kč. Úvěr bude splácen po dobu čtyř let, předpokládaná úroková míra je 9 % p. a. a měsíční splátky budou konstantní. Detailní rozpis splátek je uveden v příloze.

Přehled výše ročních úroků je zobrazen v tabulce č. 15. Úroky jsou daňově uznatelnými náklady. Úvěr přeplatím o 194.482 Kč.

Tabulka 15: Přehled ročních úroků z podnikatelského úvěru v Kč (Zdroj: Vlastní tvorba)

	Úrok	Úmor	Celkem
<b>1. rok</b>	81 176	217 445	<b>298 621</b>
<b>2. rok</b>	60 778	237 843	<b>298 621</b>
<b>3. rok</b>	38 466	260 154	<b>298 621</b>
<b>4. rok</b>	14 062	284 558	<b>298 621</b>
<b>Celkem</b>	<b>194 482</b>	<b>1 000 000</b>	<b>1 194 482</b>

### 4.3.3 Pravidelné měsíční náklady v prvním roce podnikání

#### Mzdové náklady

V kavárně bude kromě mě ještě jeden zaměstnanec a dva brigádníci. Výpočet mzdy zaměstnance a brigádníka za rok 2015 je uveden v příloze. Hrubá mzda jednoho zaměstnance je 18.000 Kč. Celkový náklad pro zaměstnavatele je tzv. superhrubá mzda, což je součet hrubé mzdy a pojistného placeného zaměstnavatelem. Za jednoho zaměstnance je roční mzdový náklad ve výši 289.440 Kč.

Celkové roční mzdové náklady včetně zdravotního a sociálního pojištění jsou 650.880 Kč a jsou uvedeny v tabulce č. 16.

Tabulka 16: Mzdové náklady na zaměstnance a brigádníky v Kč (Zdroj: Vlastní tvorba)

Mzdové náklady (Kč)	Měsíc	Rok
Zaměstnanci	36 000	<b>432 000</b>
Brigádníci	6 000	<b>72 000</b>
Sociální a zdravotní pojištění	12 240	<b>146 880</b>
<b>Celkem</b>	<b>54 240</b>	<b>650 880</b>

#### Provozní náklady

Vzhledem k tomu, že společnost je plátcem DPH, pravidelné náklady kavárny/vinárny jsem rozdělila na náklady osvobozené od DPH nebo náklady, které nejsou předmětem DPH a na náklady, které předmětem DPH jsou. Je to z důvodu počítání čtvrtletního odvodu DPH finančnímu úřadu.



V tabulce č. 17 jsou uvedeny měsíční náklady, které nejsou předmětem DPH nebo jsou od DPH osvobozeny. Jedná se především o mzdové náklady, pronájem prostor kavárny/vinárny, úroky z úvěru a odpisy. Dále jsou to daně, různé poplatky a cestovní náhrady, neboť budu využívat svůj osobní automobil.

Tabulka 17: Měsíční náklady, které nemají vliv na DPH v Kč – realistická varianta (Zdroj: Vlastní tvorba)

Měsíční náklady (Kč)	Měsíc	Rok
Mzdové náklady – hrubá mzda	42 000	504 000
SP a ZP	12 240	146 880
Cestovní náhrady	3 000	36 000
Nájem	15 000	180 000
Silniční daň	150	1 800
Bankovní poplatky	300	3 600
Úrok z úvěru	viz příloha	81 176
Odpisy	5 905	70 860
Manka a škody	-	2 150
Poplatek rádio	45	540
Pojištění za zaměstnance	151	1 814
Pojištění majetku a odpovědnosti	-	5 329
<b>Celkem</b>		<b>1 034 149</b>

V tabulce č. 18 jsou vyčísleny měsíční náklady, které jsou předmětem DPH. Pouze vodné a stočné a nákup potravin je v kategorii snížené sazby DPH, která je 15 %, ostatní nákupy zboží, materiálu a služeb jsou v základní sazbě DPH, která je ve výši 21 %. Odhadem je stanoveno, že 35 % nákladů na materiál a zboží je se základní sazbou daně. Výše nákladů na materiál a zboží je odhadnuta a základě marže, která je ve výši 59 %. Tyto náklady budu považovat za variabilní, ostatní budu fixní.

Tabulka 18: Měsíční náklady se zohledněním DPH v Kč – realistická varianta (Zdroj: Vlastní tvorba)

Měsíční náklady (Kč)	Měsíc		Rok	
	Cena bez DPH	DPH	Cena bez DPH	DPH
Vodné a stočné (15 %)	2 500	375	30 000	4 500
Elektřina a plyn (21 %)	6 000	1 260	72 000	15 120
Materiál a zboží (potraviny) 15 %	47 744	7 162	572 927	85 939
Materiál a zboží (alkohol) 21 %	25 708	5 399	308 499	64 785
Režijní materiál	2 757	579	33 085	6 948
Kancelářské potřeby	429	90	5 142	1 080
Marketing a údržba stránek	500	105	6 000	1 260
Telekomunikační služby	1 031	217	12 372	2 598
Služby účetní	1 200	252	14 400	3 024
Školení, kurzy	-	-	5 000	1 050
Poplatek OSA	174	37	2 088	438
Odvoz odpadu	400	84	4 800	1 008
Opravy, údržba	1 000	210	12 000	2 520
<b>Celkem</b>	<b>89 443</b>	<b>15 768</b>	<b>1 078 313</b>	<b>190 270</b>

#### 4.3.4 Tržby kavárny/vinárny v prvním roce podnikání

Předpokládané tržby kavárny/vinárny jsou rozděleny do tří kategorií – tržby kavárny, tržby vinárny a tržby za večírky. Toto rozdělení vychází z marketingového průzkumu a marketingového mixu.

##### Průměrná útrata zákazníka

Na základě marketingového průzkumu jsem zjistila, že průměrná útrata v kavárně je 130 Kč a ve vinárně 260 Kč. Vzhledem k tomu, že respondenti jsou běžní spotřebitelé, a moje kavárna/vinárna je plátcem DPH, pro potřeby dalších kalkulací tyto průměrné útraty ponížím o DPH – uvedeno v tabulce č. 19.

**Tabulka 19: Průměrná tržba na zákazníka/akci v Kč (Zdroj: Vlastní tvorba)**

<b>Útrata v Kč</b>	<b>Kavárna</b>	<b>Vinárna</b>
Průměrná útrata s DPH	130	260
Průměrná útrata bez DPH	107,40	214,90

### **Denní tržby kavárny/vinárny**

Odhad denních tržeb kavárny/vinárny vychází z vyhodnocených dat marketingového průzkumu a z otevírací doby podniku. Týdně počítám se 175ti zákazníky kavárny a 105ti zákazníky vinárny. I když se jedná o jeden podnik, tržby budu hodnotit zvlášť, neboť právě útraty zákazníků jsou různé pro kavárnu a vinárnu. Přehled denních tržeb je uveden v tabulce č. 20.

**Tabulka 20: Odhad denních tržeb kavárny/vinárny v Kč – realistická varianta (Zdroj: Vlastní tvorba)**

<b>Den</b>	<b>Počet návštěvníků kavárny</b>	<b>Počet návštěvníků vinárny</b>	<b>Tržby bez DPH kavárna</b>	<b>Tržby bez DPH vinárna</b>	<b>DPH</b>
Pondělí	-	-	-	-	-
Úterý	30	15	3 222	3 224	1 354
Středa	25	15	2 685	3 224	1 241
Čtvrtek	25	15	2 685	3 224	1 241
Pátek	30	25	3 222	5 373	1 805
Sobota	35	25	3 759	5 373	1 918
Neděle	30	10	3 222	2 149	1 128
<b>Celkem</b>	<b>175</b>	<b>105</b>	<b>18 795</b>	<b>22 565</b>	<b>8 685</b>

### **Roční tržby kavárny/vinárny**

Roční tržby kavárny jsou vypočteny z tržeb denních, vynásobených počtem týdnů v roce – těch je 52. Odhad ročních tržeb je uveden v tabulce č. 21.

Tabulka 21: Roční tržby kavárny/vinárny v Kč – realistická varianta (Zdroj: Vlastní tvorba)

Místo	Tržby bez DPH	DPH	Tržby s DPH
<b>Kavárna</b>	977 340	205 241	1 182 581
<b>Vinárna</b>	1 173 354	246 404	1 419 758
<b>Celkem</b>	<b>2 150 694</b>	<b>451 646</b>	<b>2 602 340</b>

#### 4.3.5 Výsledek hospodaření v prvním roce podnikání

V prvním roce podnikání bude kavárna/vinárna dosahovat ztráty ve výši -221.457 Kč. To je způsobeno vysokými vstupními náklady. Je to dáno také tím, že v prvním roce počítám s nižším počtem zákazníků, a tedy i tržby nebudou dosahovat takové výše, aby byl výsledek hospodaření kladný. Ztrátu si budu moci uplatnit v následujících pěti letech v daňovém přiznání jako odečitatelnou položku od základu daně.

Tržby jsou rozděleny na tržby za prodej zboží a tržby za prodej vlastních výrobků a služeb v poměru 30/70. Prodej vína bude účtován na prodej zboží, vše ostatní bude účtováno na prodej služeb.

Zjednodušený výkaz zisku a ztrát je uveden v tabulce č. 22.

Tabulka 22: Výsledek hospodaření v prvním roce v Kč – realistická varianta (Zdroj: Vlastní tvorba)

<b>Výkaz zisku a ztrát</b>				
I.			Tržby za prodej zboží	645 208
A.			Náklady vynaložené na prodané zboží	264 428
+			Obchodní marže	380 780
II.			Výkony	1 505 486
	II.	1	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	1 505 486
B.			Výkonová spotřeba	1 276 914
B.		1	Spotřeba materiálu a energie	962 714
		2	Služby	314 200
+			Přidaná hodnota	609 352
C.			Osobní náklady	652 694
C.		1	Mzdové náklady	504 000
		3	Náklady na SP a ZP	146 880
		4	Sociální náklady	1 814
D.			Daně a poplatky	15 000
E.			Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	70 860
H.			Ostatní provozní náklady	7 479
	*		Provozní výsledek hospodaření	-136 682
N.			Nákladové úroky	81 176
O.			Ostatní finanční náklady	3 600
	*		Finanční výsledek hospodaření	-84 776
Q.			Daň z příjmů za běžnou činnost	0
Q.		1	-splatná	0
	**		Výsledek hospodaření za běžnou činnost	-221 457
	***		Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	-221 457
	****		<b>Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-)</b>	<b>-221 457</b>

#### 4.3.6 Cash flow v prvním roce podnikání

K poslednímu dni účetního období nebudou vyplaceny mzdy zaměstnancům za měsíc prosinec, stejně tak nebude uhrazeno zdravotní a sociální pojištění a zálohová daň. DPH za poslední kvartál taktéž uhrazeno nebude.

V pokladně či na běžném účtu bude k poslednímu dni účetního období částka 213.696 Kč. Znamená to, že podnik bude mít disponibilní peněžní prostředky pro další úhrady materiálu, zboží, služeb a mezd.

Tabulka 23: Cash Flow v prvním roce podnikání v Kč

<b>P</b>	<b>Počáteční stav peněžních prostředků (Kč)</b>	<b>1 100 000</b>
<b><i>Peněžní tok z provozní činnosti</i></b>		
A.1	Příjmy z prodeje zboží	780 702
A.2	Výdaje na nákup zboží	-309 645
A.4	Příjmy z prodeje služeb	1 821 638
A.5	Výdaje na pořízení materiálu	-1 354 823
A.6	Výdaje na pořízení energie	-121 620
A.7	Výdaje na pořízení služeb	-334 709
A.8	Výdaje na osobní náklady	-604 454
A.9	Výdaje na daně a poplatky	-15 000
A.11	Ostatní výdaje	-8 929
A.12	DPH	-12 140
A.12	Daň z příjmů	0
A***	<i>Čistý peněžní tok z provozní činnosti</i>	-158 981
<b><i>Peněžní tok z investiční činnosti</i></b>		
B1	Výdaje spojené s pořízením stálých aktiv	-428 703
B***	<i>Čistý peněžní tok z investiční činnosti</i>	-428 703
<b><i>Peněžní tok z finanční činnosti</i></b>		
C.1	Úhrada části dlouhodobého úvěru	-298 621
C***	<i>Čistý peněžní tok z finanční činnosti</i>	-298 621
F	Čisté zvýšení/snížení peněžních prostředků	-886 304
<b>R</b>	<b>Stav peněžních prostředků na konci období (Kč)</b>	<b>213 696</b>

#### 4.3.7 Rozvaha k poslednímu dni prvního roku podnikání

V prvním roce podnikání dosahuje vlastní kapitál záporné hodnoty. To může být způsobeno jednak malou výší základního kapitálu, který je 100.000 Kč, nebo vysokými vstupními náklady na vybavení kavárny/vinárny, což ovlivňuje výsledek hospodaření a ten je v prvním roce taktéž záporný.

Tabulka 24: Rozvaha k 31. 1. 201X v Kč – realistická varianta (Zdroj: Vlastní práce)

AKTIVA CELKEM (v Kč)				Bruto	Korekce	Netto
				845 542	70 860	774 682
B			<b>Dlouhodobý majetek</b>	354 300	70 860	283 440
	II		<i>Dlouhodobý hmotný majetek</i>	354 300	70 860	283 440
		3	Samostatné movité věci a soubory mov. věcí	354 300	70 860	283 440
C			<b>Oběžná aktiva</b>	243 073		243 073
	I		<i>Zásoby</i>	29 377		29 377
		1	Materiál	14 690		14 690
		1	Zboží	14 686		14 686
	IV		<i>Krátkodobý finanční majetek</i>	213 696		213 696
		1	Peníze	33 696		33 696
		2	Účty v bankách	180 000		180 000
D	I		<b>Časové rozlišení</b>	248 169		248 169
		1	Náklady příštích období	248 169		248 169
<b>PASIVA CELKEM (v Kč)</b>						<b>774 682</b>
A			<b>Vlastní kapitál</b>			-121 457
	I		<i>Základní kapitál</i>			100 000
		1	Základní kapitál			100 000
A	V		<i>Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)</i>			-221 457
B			<b>Cizí zdroje</b>			896 139
B	III		<i>Krátkodobé závazky</i>			113 584
		5	Závazky k zaměstnancům			28 944
		6	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění			16 200
		7	Stát - daňové závazky a dotace			68 440
	IV		<i>Bankovní úvěry a výpomoci</i>			782 555
		1	Bankovní úvěry dlouhodobé			782 555

#### 4.3.8 Bod zvratu v prvním roce podnikání

V této části bude popsáno, jaké výše tržeb je potřeba v prvním roce podnikání dosáhnout, aby byly uhrazeny veškeré náklady. Výpočet je proveden pro první rok provozu kavárny/vinárny a je uveden v tabulce č. 25.

Aby byly uhrazeny fixní i variabilní náklady na provoz kavárny/vinárny a zisk byl 0 Kč je potřeba, aby přišlo v prvním roce minimálně 10 688 zákazníků kavárny a 6 413 zákazníků vinárny.

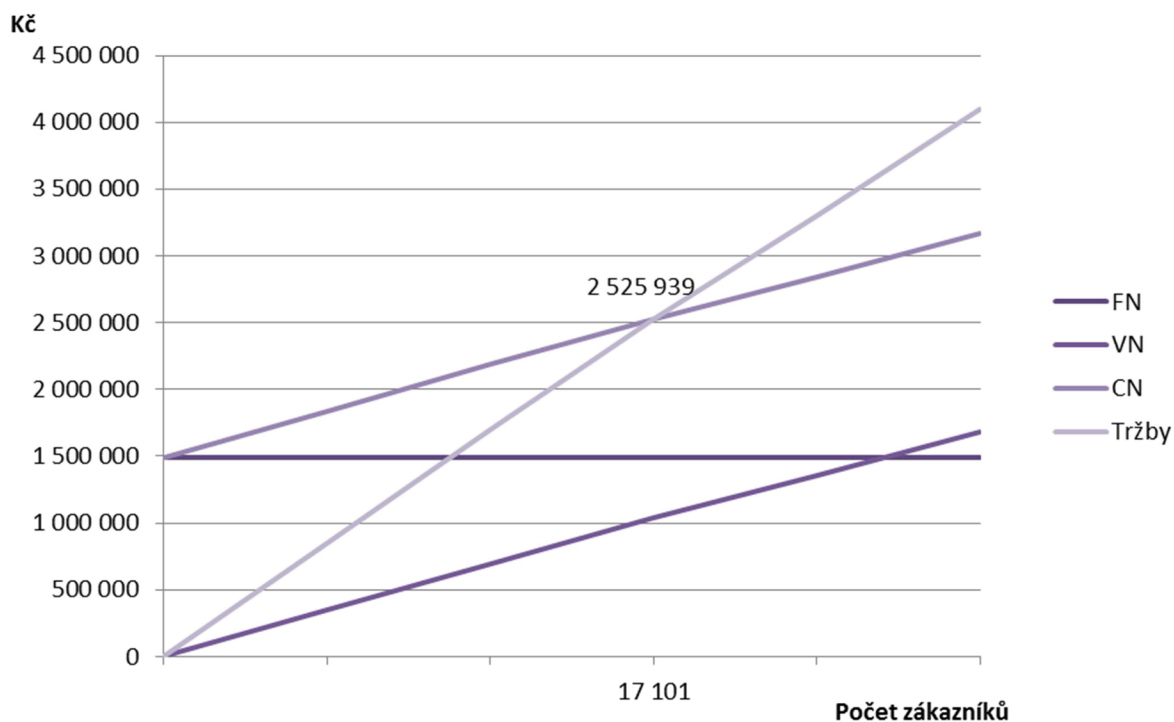
Tabulka 25: Potřebný počet zákazníků k pokrytí fixních nákladů – realistická varianta (Zdroj: Vlastní práce)

	Kavárna	Vinárna
Prodejní cena	107,40	214,90
Variabilní náklad	44,00	88,10
Krycí příspěvek	63,40	126,80
Počet zákazníků	9 100	5 460
Celkové variabilní náklady	400 400	481 026
Celkové tržby	977 340	1 173 354
Fixní náklady	1 490 725	
VN na 1 Kč tržeb	0,410	
Příspěvek k tržbám	0,590	
Celkové tržby bodu zvratu	2 525 939	
Podíl na tržbách	0,4544	0,5456
Tržby bodu zvratu	1 147 863	1 378 076
<b>Počet zákazníků</b>	<b>10 688</b>	<b>6 413</b>

V grafu č. 20 je znázorněn bod zvratu – konkrétně výše potřebných tržeb k úhradě fixních nákladů. Jedná se o bod, ve kterém se protínají přímky tržeb a celkových nákladů. Napravo od tohoto bodu je již provoz kavárny/vinárny ziskový.

Naopak nalevo od bodu zvratu je podnik ztrátový, což bude pravděpodobně má situace v prvním roce podnikání





Graf 20: Bod zvratu v prvním roce podnikání

#### 4.3.9 Predikce finančního plánu na 3 roky

V následující části je zpracována predikce finančního plánu na 3 roky podnikání pro realistickou variantu.

##### Týdenní tržby

Mým plánem je v následujících letech realizovat firemní večírky, různé soukromé akce a oslavy. Předpokládám průměrnou útratu na osobu ve výši 800 Kč s DPH, počítám s průměrným počtem patnácti osob na večírku a deseti večírky ročně pro druhý rok podnikání a čtrnácti akcemi ve třetím roce podnikání. Tyto večírky jsou primárně zamýšleny pro firmy, avšak může se také jednat o různé oslavy, srazy.

V tabulce č. 26 je uveden počet zákazníků a tržby v tříletém období.

Tabulka 26: Predikce týdenních tržeb na tři roky v Kč - realistická varianta

	1. rok		2. rok		3. rok	
	Počet zákazníků	Tržby bez DPH	Počet zákazníků	Tržby bez DPH	Počet zákazníků	Tržby bez DPH
<b>Kavárna</b>	175	18 795	199	21 373	227	24 380
<b>Vinárna</b>	105	22 565	123	26 433	139	29 871
<b>Celkem</b>	<b>280</b>	<b>41 360</b>	<b>322</b>	<b>47 806</b>	<b>366</b>	<b>54 251</b>

### Roční tržby

V tabulce č. 27 je uvedena predikce ročních tržeb pro realistickou variantu. Předpokládám každoroční zvyšování obratu. V druhém roce předpokládám navýšení tržeb o více než 434 tis. Kč, v dalším roce téměř o 375 tis. Kč.

Tabulka 27: Predikce ročních tržeb na tři roky v Kč – realistická varianta

	1. rok		2. rok		3. rok	
	Tržby bez DPH	DPH	Tržby bez DPH	DPH	Tržby bez DPH	DPH
<b>Kavárna</b>	977 340	205 241	1 111 375	233 389	1 267 750	266 227
<b>Vinárna</b>	1 173 354	246 404	1 374 500	288 645	1 553 297	326 192
<b>Večírky</b>	-	-	99 165	20 825	138 831	29 155
<b>Celkem</b>	<b>2 150 694</b>	<b>451 646</b>	<b>2 585 041</b>	<b>542 859</b>	<b>2 959 878</b>	<b>621 574</b>

### Výkaz zisku a ztrát – realistická varianta

V tabulce č. 28 jsou výkazy zisku a ztráty pro tříleté období. Z tabulky je patrné, že v prvním roce bude kavárna/vinárna dosahovat ztráty. Situace se však v následujících letech změní a podnik bude vykazovat kladný výsledek hospodaření. Ztrátu z prvního roku si odečtu v dalších dvou letech v daňovém přiznání, což má vliv na výši daně z příjmu právnických osob.

V dalších dvou letech podnikání počítám nejen se zvýšením nákladů za zboží a materiál, ale také od druhého roku přibudou dva brigádníci, vzrostou náklady za energie a pronájem a ve třetím roce bude zvýšena hrubá mzda zaměstnanců na 20.000 Kč

měsíčně. S pořízením dalšího dlouhodobého majetku neuvažují, pouze vzrostou náklady na režijní materiál v podobě spotřebních věcí baru či kuchyně.

Tabulka 28: Predikce výsledku zisku a ztráty na tři roky v Kč – realistická varianta

Výkaz zisku a ztrát – realistická varianta				1. rok	2. rok	3. rok
I			Tržby za prodej zboží	645 208	775 512	887 963
A			Náklady vynaložené na prodané zboží	264 428	317 839	363 928
+			Obchodní marže	380 780	457 673	524 035
II			Výkony	1 505 486	1 809 528	2 071 914
	II.	1	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	1 505 486	1 809 528	2 071 914
B			Výkonová spotřeba	1 276 914	1 327 360	1 485 468
B		1	Spotřeba materiálu a energie	962 714	1 045 760	1 189 468
		2	Služby	314 200	281 600	296 000
+			Přidaná hodnota	609 352	939 841	1 110 482
C			Osobní náklady	652 694	724 694	789 216
C		1	Mzdové náklady	504 000	576 000	624 000
		3	Náklady na SP a ZP	146 880	146 880	163 200
		4	Sociální náklady	1 814	1 814	2 016
D			Daně a poplatky	15 000	1 800	1 800
E			Odpisy DHM a DNM	70 860	70 860	70 860
H			Ostatní provozní náklady	7 479	7 909	7 629
	*		Provozní výsledek hospodaření	-136 532	134 578	240 977
N			Nákladové úroky	81 176	60 778	38 466
O			Ostatní finanční náklady	3 600	3 600	3 600
	*		Finanční výsledek hospodaření	-84 776	-64 378	-42 066
Q			Daň z příjmů za běžnou činnost	0	0	6 840
Q		1	-splatná	0	0	6 840
	**		Výsledek hospodaření za běžnou činnost	-221 457	70 200	192 070
	***		Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	-221 457	70 200	192 070
	****		<b>Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-)</b>	<b>-221 457</b>	<b>70 200</b>	<b>198 910</b>

## Cash flow – realistická

Z tabulky č. 29 lze vyčíst, že podnik bude schopen hradit výdaje v následujícím roce. Konečný zůstatek peněžních prostředků je ve všech třech letech kladný. Čistý peněžní tok z provozní činnosti dosahoval záporné hodnoty pouze v prvním roce podnikání. V dalších letech si podnik povede dobře.

Tabulka 29: Predikce Cash flow na 3 roky v Kč – realistická varianta

P	Počáteční stav peněžních prostředků	1. rok	2. rok	3. rok
		1 100 000	213 696	272 107
<b>Peněžní tok z provozní činnosti</b>				
A.1	Příjmy z prodeje zboží	780 702	938 370	1 074 436
A.2	Výdaje na nákup zboží	-309 645	-372 190	-426 160
A.4	Příjmy z prodeje služeb	1 821 638	2 189 529	2 507 016
A.5	Výdaje na pořízení materiálu	-1 354 823	-923 326	-1 121 314
A.6	Výdaje na pořízení energie	-121 620	-143 040	-150 300
A.7	Výdaje na pořízení služeb	-334 709	-294 003	-308 907
A.8	Výdaje na osobní náklady	-604 454	-724 694	-783 856
A.9	Výdaje na daně a poplatky	-15 000	-1 800	-1 800
A.11	Ostatní výdaje	-8 929	-8 929	-8 929
A.12	DPH	-12 140	-302 886	-345 354
A.12	Daň z příjmů	0	0	0
A***	<i>Čistý peněžní tok z provozní činnosti</i>	-158 981	357 031	434 833
<b>Peněžní tok z investiční činnosti</b>				
B1	Výdaje spojené s pořízením stálých aktiv	-428 703	0	0
B***	<i>Čistý peněžní tok z investiční činnosti</i>	-428 703	0	0
<b>Peněžní tok z finanční činnosti</b>				
C.1	Úhrada části dlouhodobého úvěru	-298 621	-298 621	-298 621
C***	<i>Čistý peněžní tok z finanční činnosti</i>	-298 621	-298 621	-298 621
F	Čisté zvýšení/snížení peněžních prostředků	-886 304	58 411	136 212
R	<b>Stav peněžních prostředků na konci období</b>	<b>213 696</b>	<b>272 107</b>	<b>408 319</b>

## Rozvaha

Rozvahy pro druhý a třetí rok podnikání v případě realistické varianty jsou uvedeny v příloze.

### Zhodnocení realistické varianty

Dle mého názoru je zcela běžné, že podnik typu kavárna/vinárna vykazuje v prvním roce podnikání ztrátu. Důležité je, zda má podnik peněžní prostředky na provoz své činnosti v dalším roce. Právě v dalších letech bude kavárna/vinárna zisková a cash flow bude také kladné. Pokud by tato skutečnost odpovídala realitě, pak konečné stanovisko k tomuto podnikatelskému záměru je – KAVÁRNU OTEVŘÍT!

## 4.4 Finanční plán pro pesimistickou variantu

U pesimistické varianty uvažují tak, že týdenní návštěvnost kavárny/vinárny je 145 zákazníků kavárny a 84 zákazníků vinárny v prvním roce, v dalším roce 169 zákazníků kavárny a 102 zákazníků vinárny a ve třetím roce 197 zákazníků kavárny a 118 zákazníků vinárny. Odhad počtu večírků ve druhém roce je 8 a ve třetím roce 12.

### 4.4.1 Roční tržby

Predikce ročních tržeb je uvedena v tabulce č. 30. Tržby v prvním roce pesimistické varianty jsou o 402.215 Kč než u realistické varianty. Více informací nám poskytne výkaz zisku a ztrát a cash flow.

Tabulka 30: Predikce ročních tržeb - pesimistická varianta (v Kč)

	1. rok		2. rok		3. rok	
	Tržby bez DPH	DPH	Tržby bez DPH	DPH	Tržby bez DPH	DPH
<b>Kavárna</b>	809 796	170 057	943 831	198 205	1 100 206	231 043
<b>Vinárna</b>	938 683	197 123	1 139 830	239 364	1 318 626	276 912
<b>Večírky</b>	0	0	79 332	16 660	118 998	24 990
<b>Celkem</b>	<b>1 748 479</b>	<b>367 181</b>	<b>2 162 993</b>	<b>454 228</b>	<b>2 537 830</b>	<b>532 944</b>

#### 4.4.2 Výkaz zisku a ztrát

V případě pesimistické varianty by kavárna vykazovala ztrátu ve všech třech letech, což není zrovna pozitivní informace.

Tabulka 31: Predikce výkazu zisku a ztráty - pesimistická varianta (v Kč)

Výkaz zisku a ztrát – pesimistická varianta				1. rok	2. rok	3. rok
I			Tržby za prodej zboží	524 544	648 898	761 349
A			Náklady vynaložené na prodané zboží	214 974	265 946	312 035
+			Obchodní marže	309 570	382 952	449 314
II			Výkony	1 223 935	1 514 095	1 776 481
	II.	1	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	1 223 935	1 514 095	1 776 481
B			Výkonová spotřeba	1 161 523	1 206 275	1 364 383
B		1	Spotřeba materiálu a energie	847 323	924 675	1 068 383
		2	Služby	314 200	281 600	296 000
+			Přidaná hodnota	371 982	690 772	861 412
C			Osobní náklady	652 694	724 694	789 216
C		1	Mzdové náklady	504 000	576 000	624 000
		3	Náklady na SP a ZP	146 880	146 880	163 200
		4	Sociální náklady	1 814	1 814	2 016
D			Daně a poplatky	15 000	1 800	1 800
E			Odpisy DHM a DNM	70 860	70 860	70 860
H			Ostatní provozní náklady	7 479	7 909	7 629
	*		Provozní výsledek hospodaření	-374 051	-114 492	-8 093
N			Nákladové úroky	81 176	60 778	38 466
O			Ostatní finanční náklady	3 600	3 600	3 600
	*		Finanční výsledek hospodaření	-84 776	-64 378	-42 066
Q			Daň z příjmů za běžnou činnost	0	0	0
Q		1	-splatná	0	0	0
	**		Výsledek hospodaření za běžnou činnost	-458 827	-178 870	-50 159
	***		Výsledek hospodaření za účetní období	-458 827	-178 870	-50 159
	****		<b>Výsledek hospodaření před zdaněním</b>	<b>-458 827</b>	<b>-178 870</b>	<b>-50 159</b>

#### 4.4.3 Cash flow

Predikce cash flow není vůbec v případě pesimistické varianty příznivá. Podnik nebude mít dostatečné finance k pokrytí výdajů.

Tabulka 32: Predikce cash flow - pesimistická varianta (v Kč)

P	Počáteční stav peněžních prostředků	1. rok	2. rok	3. rok
		1 100 000	-37 743	-229 095
<b><i>Peněžní tok z provozní činnosti</i></b>				
A.1	Příjmy z prodeje zboží	634 698	785 166	921 232
A.2	Výdaje na nákup zboží	-251 735	-311 423	-365 393
A.4	Příjmy z prodeje služeb	1 480 962	1 832 055	2 149 542
A.5	Výdaje na pořízení materiálu	-1 219 699	-781 536	-979 524
A.6	Výdaje na pořízení energie	-121 620	-143 040	-150 300
A.7	Výdaje na pořízení služeb	-334 709	-294 003	-308 907
A.8	Výdaje na osobní náklady	-604 454	-724 694	-783 856
A.9	Výdaje na daně a poplatky	-15 000	-1 800	-1 800
A.11	Ostatní výdaje	-8 929	-8 929	-8 929
A.12	DPH	30 067	-244 528	-286 303
A.12	Daň z příjmů	0	0	0
A***	<i>Čistý peněžní tok z provozní činnosti</i>	-410 419	107 268	185 763
<b><i>Peněžní tok z investiční činnosti</i></b>				
B1	Výdaje spojené s pořízením stálých aktiv	-428 703	0	0
B***	<i>Čistý peněžní tok z investiční činnosti</i>	-428 703	0	0
<b><i>Peněžní tok z finanční činnosti</i></b>				
C.1	Úhrada části dlouhodobého úvěru	-298 621	-298 621	-298 621
C***	<i>Čistý peněžní tok z finanční činnosti</i>	-298 621	-298 621	-298 621
F	Čisté zvýšení/snížení peněžních prostředků	-1 137 743	-191 352	-112 858
R	<b>Stav peněžních prostředků na konci období</b>	<b>-37 743</b>	<b>-229 095</b>	<b>-341 953</b>

## 4.5 Finanční plán pro optimistickou variantu

U optimistické varianty uvažují tak, že týdenní návštěvnost kavárny/vinárny je 205 zákazníků kavárny a 126 zákazníků vinárny v prvním roce, v dalším roce 229 zákazníků kavárny a 144 zákazníků vinárny a ve třetím roce 257 zákazníků kavárny a 160 zákazníků vinárny. Odhad počtu večírků ve druhém roce je 12 a ve třetím roce 14.

### 4.5.1 Tržby

Predikce tržeb pro optimistickou variantu je v tabulce č. 33.

Tabulka 33: Predikce tržeb - optimistická varianta (v Kč)

	1. rok		2. rok		3. rok	
	Tržby bez DPH	DPH	Tržby bez DPH	DPH	Tržby bez DPH	DPH
<b>Kavárna</b>	1 144 884	240 426	1 278 919	268 573	1 435 294	301 412
<b>Vinárna</b>	1 408 025	295 685	1 609 171	337 926	1 787 968	375 473
<b>Večírky</b>	0	0	118 998	24 990	138 831	29 155
<b>Celkem</b>	<b>2 552 909</b>	<b>536 111</b>	<b>3 007 088</b>	<b>631 489</b>	<b>3 362 093</b>	<b>706 039</b>

### 4.5.2 Výkaz zisku a ztrát

Predikce výsledku hospodaření pro optimistickou variantu je uvedena v tabulce č. 34.



Tabulka 34: Predikce výkazu zisku a ztráty - optimistická varianta (v Kč)

Výkaz zisku a ztrát – optimistická varianta				1. rok	2. rok	3. rok
I			Tržby za prodej zboží	765 873	902 127	1 008 628
A			Náklady vynaložené na prodané zboží	313 881	369 733	413 382
+			Obchodní marže	451 991	532 394	595 246
II			Výkony	1 787 036	2 104 962	2 353 465
	II.	1	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	1 787 036	2 104 962	2 353 465
B			Výkonová spotřeba	1 392 306	1 448 445	1 600 860
B		1	Spotřeba materiálu a energie	1 078 106	1 166 845	1 304 860
		2	Služby	314 200	281 600	296 000
+			Přidaná hodnota	846 721	1 188 911	1 347 851
C			Osobní náklady	652 694	724 694	789 216
C		1	Mzdové náklady	504 000	576 000	624 000
		3	Náklady na SP a ZP	146 880	146 880	163 200
		4	Sociální náklady	1 814	1 814	2 016
D			Daně a poplatky	15 000	1 800	1 800
E			Odpisy DHM a DNM	70 860	70 860	70 860
H			Ostatní provozní náklady	7 479	7 909	7 629
	*		<i>Provozní výsledek hospodaření</i>	100 688	383 647	478 346
N			Nákladové úroky	81 176	60 778	38 466
O			Ostatní finanční náklady	3 600	3 600	3 600
	*		<i>Finanční výsledek hospodaření</i>	-84 776	-64 378	-42 066
Q			Daň z příjmů za běžnou činnost	9 310	59 470	81 700
Q		1	-splatná	9 310	59 470	81 700
	**		<i>Výsledek hospodaření za běžnou činnost</i>	6 602	259 800	354 580
	***		<i>Výsledek hospodaření za účetní období</i>	6 602	259 800	354 580
	****		<b>Výsledek hospodaření před zdaněním</b>	<b>15 912</b>	<b>319 270</b>	<b>436 280</b>

#### 4.5.3 Cash flow

Predikce cash flow optimistické varianty je v tabulce č. 35

Tabulka 35: Predikce cash flow - optimistická varianta (v Kč)

P	Počáteční stav peněžních prostředků	1. rok	2. rok	3. rok
		1 100 000	465 135	763 999
<i>Peněžní tok z provozní činnosti</i>				
A.1	Příjmy z prodeje zboží	926 706	1 091 573	1 220 440
A.2	Výdaje na nákup zboží	-367 555	-432 957	-484 070
A.4	Příjmy z prodeje služeb	2 162 314	2 547 004	2 847 692
A.5	Výdaje na pořízení materiálu	-1 489 947	-1 065 116	-1 256 438
A.6	Výdaje na pořízení energie	-121 620	-143 040	-150 300
A.7	Výdaje na pořízení služeb	-334 709	-294 003	-308 907
A.8	Výdaje na osobní náklady	-604 454	-724 694	-783 856
A.9	Výdaje na daně a poplatky	-15 000	-1 800	-1 800
A.11	Ostatní výdaje	-8 929	-8 929	-8 929
A.12	DPH	-54 348	-361 243	-402 324
A.12	Daň z příjmů	0	-9 310	-59 470
A***	<i>Čistý peněžní tok z provozní činnosti</i>	92 458	597 485	612 039
<i>Peněžní tok z investiční činnosti</i>				
B1	Výdaje spojené s pořízením stálých aktiv	-428 703	0	0
B***	<i>Čistý peněžní tok z investiční činnosti</i>	-428 703	0	0
<i>Peněžní tok z finanční činnosti</i>				
C.1	Úhrada části dlouhodobého úvěru	-298 621	-298 621	-298 621
C***	<i>Čistý peněžní tok z finanční činnosti</i>	-298 621	-298 621	-298 621
F	Čisté zvýšení/snížení peněžních prostředků	-634 865	298 864	313 418
R	<b>Stav peněžních prostředků na konci období</b>	<b>465 135</b>	<b>763 999</b>	<b>1 077 417</b>

## ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo sepsání podnikatelského plánu pro založení kavárny/vinárny s poskytováním kvalitních služeb, čerstvých domácích produktů a kvalitního vína v městské části Brno Černovice. Výše uvedené kapitoly vycházejí z požadavku na strukturu podnikatelského plánu. Tento dokument je důležitý nejen pro vedení/manažery, ale hlavně pro investory/banky, pokud chybí vlastní kapitál. Tak je tomu i v mém případě a tato diplomová práce může sloužit jako podklad k žádosti o úvěr.

Úvodní část diplomové práce byla věnována teoretickým východiskům, která s podnikatelským plánem úzce souvisí. Druhá část byla věnována marketingovému výzkumu. Ten byl proveden metodou dotazníkového šetření v městské části Brno – Černovice. Návratnost vyplněných dotazníků byla 75 %. Z marketingového výzkumu vyplynulo, že zákazníci kavárny/vinárny budou ve věku 20 – 40 let, preferují kvalitu nad cenou a o daný podnik projeví zájem. Tento fakt je prvním úspěchem k sepsání podnikatelského plánu.

Současně s marketingovým průzkumem byla provedena analýza vnějšího prostředí prostřednictvím PEST analýzy a Porterova modelu konkurenčních sil. Bylo zjištěno, že podnik kavárny/vinárny se zaměřením na domácí produkty na daném trhu chybí. Na základě těchto analýz a marketingového průzkumu byl sepsán podnikatelský záměr.

Kavárna/vinárna s názvem „Nebe v hubě“ bude založena jako společnost s ručením omezeným s vlastním kapitálem ve výši 100 tis. Kč. Nabídka produktů a stanovení jejich cen vychází z marketingového průzkumu a analýzy konkurence. Podnik bude zaměřen na zákazníka a jeho přání a požadavky a bude poskytovat kvalitní služby a domácí produkty.

Stěžejní částí diplomové práce bylo sestavení finančního plánu. Finanční plán řeší problematiku tržeb, nákladů a cash flow během následujících tří let od zahájení podnikatelské činnosti. Finanční plán je sestaven pro realistickou, pesimistickou a optimistickou variantu.

U realistické varianty bylo zjištěno, že v prvním roce bude kavárna/vinárna vykazovat záporný výsledek hospodaření, což je celkem běžné u podniků s vysokými počátečními náklady. V dalších letech již bude výsledek hospodaření kladný. Cash flow vykazuje zápornou hodnotu pouze v prvním roce podnikání, avšak konečný stav peněžních prostředků je kladný, podnik bude schopen platit výdaje za běžný provoz v následujícím roce a tudíž nebude potřeba dalších externích zdrojů financování.

V případě pesimistické varianty by podnik nebyl schopen fungovat bez dalších externích zdrojů financování. Vykazuje ztrátu ve všech třech letech. Stejně tak i Cash flow a konečný stav peněžních prostředků je záporný. Znamená to, že podnik by potřeboval další kapitál. S ohledem na predikci tržeb a nákladů ve tříletém období to však nedoporučuji.

V optimistické variantě vykazuje kavárna/vinárna každoročně kladný výsledek hospodaření. Cash flow dosahuje také kladné hodnoty ve všech třech letech. Podnikatelský záměr by byl velice úspěšný, pokud by kavárnu/vinárnu navštívilo tolik zákazníků, jako je predikováno v optimistické variantě.

# LITERATURA

## Publikace:

DVOŘÁČEK, J. a SLUNČÍK, P. *Podnik a jeho okolí. Jak přežít v konkurenčním prostředí*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2012. ISBN 978-80-7400-224-3.

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

FOTR, J., *Strategické finanční plánování*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing a.s., 1999. ISBN 80-7169-694-3.

GRASSEOVÁ, M. a kolektiv. *Analýza podniku v rukou manažera*. 2. vydání. Brno: BizBooks, 2012. ISBN 978-80-265-0032-2.

KÁŇOVSKÁ, L. *Základy marketingu*. 1. Vydání. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2009. 123 s. ISBN 978-80-214-3838-5.

KOLÁŘOVÁ, M. *Velká kniha pro podnikání*, 1. vydání. Olomouc: Agentura Rubico, s.r.o., 2013, ISBN 978-80-7346-157-7.

KORÁB, V., PETERKA, J. a REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

KOŠTÁN, P., ŠULEŘ, O. *Firemní strategie plánování a realizace*, 1. vydání. Brno: Bizbooks, 2002. ISBN 80-7226-657-8.

KOTLER, P, Lane, K.K., *Marketing management*, 14. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2013. ISBN 978-80-247-4150-5

KOVANICOVÁ, D. *Abeceda účetních znalostí pro každého*. 17. Vydání. Praha: RNDr. Ivana Hexnerová – BOVA POLYGON, 2007. 444 s. ISBN 978-80-7273-143-5.

SELÁČEK, J. *Cash flow*. 2. Vydání. Brno: Computer Press, 2010. 191 s. ISBN 978-80-251-3130-5.

SRPOVÁ, J. a ŘEHOŘ, V. a kolektiv. *Základy podnikání*. 1. Vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010. 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

ŠIMAN, J. *Úvod do podnikových financí*. 1. Vydání. Praha: Vysoká škola finanční a správní, o.p.s, 2005. ISBN 80-86754-49-9.

VEBER, J. a SRPOVÁ, J. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, a. s., 2008. 320 s. ISBN 978-80-247-2409-6.

VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kolektiv. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. vydání. Praha: Grada Publishing, a. s., 2008. 336 s. ISBN 978-80-247-4520-6

WUPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vydání. Praha: Management Press, 2003. 159 s. ISBN 80-7261-075-9.

ZICHOVÁ, J. *Živnostenské podnikání*. 1. vydání. Ostrava: Key publishing, 2009. 197 s. ISBN 978-80-7418-001-9

ZINECKER, M. *Finanční řízení podniku*. 1. Vydání. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2006. 126 s. ISBN 80-214-3150-4.

ZINECKER, M. *Základy financí podniku*. 1. Vydání. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2008. 194 s. ISBN 978-80-214-3704-3.

### **Zákony:**

Předpis č. 89/2012 Sb. Nový Občanský zákoník.

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

Zákon o obchodních korporacích - č. 90/2012 Sb.

### **Online zdroje:**

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Nezaměstnanost v Jihomoravském kraji k 30. červnu 2014* [online]. 2014 [cit. 2014-11-25]. Dostupné z WWW: [http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/nezamestnanost\\_v\\_jihomoravskem\\_kraji\\_k\\_30\\_cer\\_vnu\\_2014](http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/nezamestnanost_v_jihomoravskem_kraji_k_30_cer_vnu_2014).

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Nezaměstnanost v Jihomoravském kraji k 31. prosinci 2013* [online]. 2014 [cit. 2014-11-25]. Dostupné z WWW: [http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/nezamestnanost\\_v\\_jihomoravskem\\_kraji\\_k\\_31\\_prosinci\\_2013](http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/nezamestnanost_v_jihomoravskem_kraji_k_31_prosinci_2013).

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *SLDB 2011 - vybrané výsledky podle městských částí Brna* [online]. 2013 [cit. 2014-11-15]. Dostupné z WWW: [http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/sldb\\_2011\\_vybrane\\_vysledky\\_podle\\_mestskych\\_casti\\_brna](http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/sldb_2011_vybrane_vysledky_podle_mestskych_casti_brna).

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Základní informace o vybraných územních celcích podle SLDB 2011 - ČR, kraje, okresy, správní obvody ORP a obce (včetně městských částí územně členěných statutárních měst)* [online]. 2013 [cit. 2014-11-15]. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/p/12000-13>.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Příjmy a životní podmínky domácností 2013* [online]. 2013 [cit. 2014-11-15]. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/p/160021-14>

MĚSTSKÁ ČÁST BRNO ČERNOVICE. *O Černovicích* [online]. 2015 [cit. 2014-12-15]. Dostupné z WWW: <http://www.brno-cernovice.cz/o-cernovicich/>.

ÚČETNÍ KAVÁRNA. *Vývoj sazby daně z příjmů právnických osob* [online]. 2015. Dostupné z WWW: [http://www.ucetnikavarna.cz/uzitecne-tabulky/vyvoj-sazby-dane-z-prijmu-pravnickych-osob/?as\\_id=t80bht5irn3o9pspi3g28cf5m4](http://www.ucetnikavarna.cz/uzitecne-tabulky/vyvoj-sazby-dane-z-prijmu-pravnickych-osob/?as_id=t80bht5irn3o9pspi3g28cf5m4)

DAŇAŘI ONLINE. *Vývoj DPH od roku 1993 do roku 2013*. [online]. 2011. Dostupné z WWW: <http://www.danarionline.cz/blog/detail-prispevku/articleid-824-vyvoj-dph-od-roku-1993-do-roku-2013/>

## SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Počet obyvatel v Brně v roce 2011 (Zdroj: ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [online]).....	45
Tabulka 2: Nezaměstnanost v městě Brně v roce 2013 a 2104 (Zdroj: ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [online]).....	47
Tabulka 3: Příjmy a vydání osoby žijící v obci s 50 000 a více obyvatel (Zdroj: ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [online]) .....	48
Tabulka 4: Vývoj sazby DPH v % v letech 1993 – 1994 (Zdroj: FINANCE [online]) .....	49
Tabulka 5: Základní údaje o podniku Hostinec u Slunečnice (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	50
Tabulka 6: Základní informace o podniku Vinotéka u Alberta (Zdroj: Vlastní tvorba).....	51
Tabulka 7: Základní údaje o podniku Cukrářství JŠ (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	51
Tabulka 8: Poplatky za zřízení s.r.o. v KČ (Zdroj: Vlastní tvorba).....	62
Tabulka 9: Náklady na marketing v KČ (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	62
Tabulka 10: Náklady na drobné úpravy a kurzy v KČ (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	62
Tabulka 11: Výdaje na nákup dlouhodobého majetku v KČ (Zdroj: Vlastní tvorba).....	63
Tabulka 12: Nákup drobného majetku v KČ (Zdroj: Vlastní tvorba).....	64
Tabulka 13: Časové rozlišení nákladů v KČ (Zdroj: Vlastní tvorba).....	64
Tabulka 14: První nákup režijního materiálu a kancelářských potřeb (Zdroj: Vlastní tvorba) ....	65
Tabulka 15: Přehled ročních úroků z podnikatelského úvěru v KČ (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	66
Tabulka 16: Mzdové náklady na zaměstnance a brigádníky v KČ (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	66
Tabulka 17: Měsíční náklady, které nemají vliv na DPH v KČ – realistická varianta (Zdroj: Vlastní tvorba).....	67
Tabulka 18: Měsíční náklady se zohledněním DPH v KČ – realistická varianta (Zdroj: Vlastní tvorba).....	68
Tabulka 19: Průměrná tržba na zákazníka/akci v KČ (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	69
Tabulka 20: Odhad denních tržeb kavárny/vinárny v KČ – realistická varianta (Zdroj: Vlastní tvorba).....	69
Tabulka 21: Roční tržby kavárny/vinárny v KČ – realistická varianta (Zdroj: Vlastní tvorba).....	70
Tabulka 22: Výsledek hospodaření v prvním roce v KČ – realistická varianta (Zdroj: Vlastní tvorba).....	71
Tabulka 23: Cash Flow v prvním roce podnikání v KČ .....	72
Tabulka 24: Rozvaha k 31. 1. 201X v KČ – realistická varianta (Zdroj: Vlastní práce).....	73
Tabulka 25: Potřebný počet zákazníků k pokrytí fixních nákladů – realistická varianta (Zdroj: Vlastní práce) .....	74
Tabulka 26: Predikce týdenních tržeb na tři roky v KČ - realistická varianta .....	76
Tabulka 27: Predikce ročních tržeb na tři roky v KČ – realistická varianta.....	76
Tabulka 28: Predikce výsledku zisku a ztráty na tři roky v KČ – realistická varianta .....	77
Tabulka 29: Predikce Cash flow na 3 roky v KČ – realistická varianta .....	78
Tabulka 30: Predikce ročních tržeb - pesimistická varianta (v KČ) .....	79
Tabulka 31: Predikce výkazu zisku a ztráty - pesimistická varianta (v KČ) .....	80
Tabulka 32: Predikce cash flow - pesimistická varianta (v KČ) .....	81
Tabulka 33: Predikce tržeb - optimistická varianta (v KČ) .....	82
Tabulka 34: Predikce výkazu zisku a ztráty - optimistická varianta (v KČ).....	83



Tabulka 35: Predikce cash flow - optimistická varianta (v Kč) .....	84
---	----

## SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Graf znázorňující bod zvratu (Zdroj: JÁČ, I. Nauka o podniku [online]) .....	32
Graf 2: Četnost pití kávy (Zdroj: Vlastní tvorba).....	36
Graf 3: Četnost návštěvy kavárny (Zdroj: Vlastní tvorba).....	36
Graf 4: Četnost konzumace zákusků, dezertů (Zdroj: Vlastní tvorba).....	37
Graf 5: Průměrná útrata v kavárně (Zdroj: Vlastní tvorba).....	37
Graf 6: Četnost pití vína (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	38
Graf 7: Četnost návštěvy vinárny (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	38
Graf 8: Četnost konzumace drobného občerstvení k vínu (Zdroj: Vlastní tvorba).....	39
Graf 9: Průměrná útrata ve vinárně (Zdroj: Vlastní tvorba).....	40
Graf 10: Preference výběru podniku z hlediska kouření (Zdroj: Vlastní tvorba).....	40
Graf 11: Preference výběru podniku (Zdroj: Vlastní tvorba).....	41
Graf 12: Zájem o domácí produkty (Zdroj: Vlastní tvorba).....	41
Graf 13: Preference nápojů (Zdroj: Vlastní tvorba).....	42
Graf 14: Preference občerstvení (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	42
Graf 15: Pohlaví (Zdroj: Vlastní tvorba).....	43
Graf 16: Věk (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	43
Graf 17: Potřeba nové kavárny/vinárny (Zdroj: Vlastní tvorba).....	44
Graf 18: Věkové složení obyvatel městské části Brno Černovice v roce 2011 (Zdroj: ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [online]).....	46
Graf 19: Vývoj sazby daně z příjmů právnických osob v % v letech 1999 – 2015 (Zdroj: FINANCE [online]) .....	49
Graf 20: Bod zvratu v prvním roce podnikání .....	75

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: PEST analýza (Zdroj: DVOŘÁČEK, J., SLUNČÍK, P. Podnik a jeho okolí, s. 10)	22
Obrázek 2: Porterův model GRASSEOVÁ, M. a kolektiv, Analýza podniku v rukou manažera, s. 191).....	23
Obrázek 3: SWOT analýza (DVOŘÁČEK, J., SLUNČÍK, P. Podnik a jeho okolí, s. 15) .....	24
Obrázek 4: Struktura rozvahy (SELÁČEK, J. Cash flow, s. 35) .....	29
Obrázek 5: Výkaz zisku a ztráty (SELÁČEK, J., Cash flow, s. 42) .....	30
Obrázek 6: SWOT analýza (Zdroj: Vlastní tvorba) .....	54

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Dotazník

Příloha 2: Výpočet mzdy zaměstnance a brigádníka na DPP

Příloha 3: Výpočet splátek úvěru

Příloha 4: Rozvaha 2. Rok – realistická varianta

Příloha 5: Rozvaha 3. Rok – realistická varianta OPRAVIT

Příloha 6: Odpisy dlouhodobého majetku

Příloha 7: Ceník kavárny/vinárny

Příloha 8: Nákres kavárny/vinárny

Příloha 9: Nákup zásob – 15 %

Příloha 10: Nákup zboží s 21 %

## **Příloha 1: Dotazník**

*Vážený respondente,*

*jsem studentkou posledního ročníku Fakulty podnikatelské VUT v Brně a jako téma diplomové práce jsem si zvolila podnikatelský záměr pro založení kavárny/vinárny. Tímto bych Vás ráda požádala o vyplnění dotazníku, který bude podkladem pro zpracování mé diplomové práce.*

*Dotazník je zcela anonymní a informace získané z tohoto dotazníku budou použity pouze pro účely diplomové práce. Vyplnění dotazníku Vám nezabere více než 10 minut.*

*Předem děkuji za Váš čas a vyplnění dotazníku.*

*Zdena Kneiflová*

1 Pijete kávu?

- Ano pravidelně       Příležitostně       Ne nikdy

2 Navštěvujete kavárnu/cukrárnu? Pokud ano, jak často?

- Denně       Několikrát týdně       Jednou týdně
- Jednou měsíčně       Několikrát měsíčně       Několikrát za rok
- Kavárnu nenavštěvuji

3 Dáváte si ke kávě dezert/zákusek/dort?

- Ano pravidelně       Příležitostně       Ne nikdy

4 Kolik jste ochotni průměrně utratit za služby v kavárně?

- Méně než 100 Kč       101 – 150 Kč       151 – 200 Kč
- 201 – 250 Kč       251 – 300 Kč       301 Kč a více

5 Pijete víno?

- Ano pravidelně       Příležitostně       Ne nikdy
- 6 Navštěvujete vinárnu či podobný podnik? Pokud ano, jak často?
- Denně       Několikrát týdně       Jednou týdně
- Jednou měsíčně       Několikrát měsíčně       Několikrát za rok
- Vinárnu nenavštěvuji
- 7 Dáváte si nějaké drobné občerstvení k vínu? Například olivy, paštiky, sýry, panini, slané pečivo...
- Ano pravidelně       Příležitostně       Ne nikdy
- 8 Kolik jste ochotni průměrně utratit za služby ve vinárně či podniku podobném?
- Méně než 100 Kč       101 – 200 Kč       201 – 300 Kč
- 301 – 400 Kč       401 – 500 Kč       501 Kč a více
- 9 Jaký podnik preferujete?
- Kuřácký       Nekuřácký       Je mi to jedno
- 10 Co je pro Vás přednější při výběru podniku?
- Kvalita       Cena       Je mi to jedno
- 11 Jak moc jsou pro Vás důležité domácí produkty? Vyberte prosím ze škály 1-5.
- 1 – nedůležité, je mi jedno, jak a kde bylo vyrobeno
- 5 – velmi důležité, potrpím si na domácích věcech
- 1       2       3       4       5
- 12 Jaké další nápoje mimo kávu, víno a nealkoholické nápoje byste uvítali? Můžete vybrat více odpovědí.
- Čaj       Čokoláda       Fresh       Pivo       Koktejly

Domácí limonády       Tvrdý alkohol

Jiné (Prosím specifikujte) \_\_\_\_\_

13 Jaký sortiment občerstvení byste uvítali? Můžete vybrat více odpovědí.

Zákusky, dezerty, dorty       Palačinky       Sladké pečivo

Kanapky/Jednohubky       Panini       Sýry, nakládané sýry       Olivy

Domácí paštiky       Saláty       Těstoviny/rizoto       Drobné slané pečivo

Jiné (Prosím specifikujte) \_\_\_\_\_

14 Jakého jste pohlaví?

Muž       Žena

15 Do které věkové skupiny patříte?

Méně než 20 let       21 – 30 let       31 – 40 let

41 – 50 let       51 – 60 let       Více než 60 let

16 Chybí Vám takový podnik v Brně Černovicích?

Ano       Ne

17 Další připomínky, dotazy a náměty prosím uveďte zde:

\_\_\_\_\_

## Příloha 2: Výpočet mzdy zaměstnance a brigádníka na DPP

<b>Hrubá mzda zaměstnance (Kč)</b>	<b>18 000</b>
<b>Pojistné zaměstnavatel:</b>	<b>6 120</b>
- z toho sociální pojištění	4 500
- z toho zdravotní pojištění	1 620
<b>Základ daně (superhrubá mzda):</b>	<b>24 120</b>
Hrubá mzda:	18 000
Pojistné:	1 980
- z toho sociální pojištění	1 170
- z toho zdravotní pojištění	810
Daň před slevami:	3 630
Daňová sleva:	2 070
Sražená záloha na daň:	1 560
Daňový bonus:	0
Čistá mzda:	14 460
<b>Roční superhrubá mzda:</b>	<b>289 440</b>
Roční čistá mzda:	173 520

<b>Hrubá mzda brigádník (Kč)</b>	<b>3 000</b>
Pojistné zaměstnavatel:	0
Pojistné zaměstnanec:	0
Čistá mzda	3 000
<b>Roční hrubá mzda</b>	<b>36 000</b>
Roční čistá mzda	36 000



### Příloha 3: Výpočet splátek úvěru

Rok	Měsíc	Počáteční hodnota	Úrok	Úmor	Konečná hodnota
1	1	1 000 000	7 500	17 385	982 615
1	2	982 615	7 370	17 515	965 100
1	3	965 100	7 238	17 647	947 453
1	4	947 453	7 106	17 779	929 674
1	5	929 674	6 973	17 912	911 761
1	6	911 761	6 838	18 047	893 714
1	7	893 714	6 703	18 182	875 532
1	8	875 532	6 566	18 319	857 214
1	9	857 214	6 429	18 456	838 758
1	10	838 758	6 291	18 594	820 163
1	11	820 163	6 151	18 734	801 429
1	12	801 429	6 011	18 874	782 555
2	1	782 555	5 869	19 016	763 539
2	2	763 539	5 727	19 158	744 381
2	3	744 381	5 583	19 302	725 079
2	4	725 079	5 438	19 447	705 632
2	5	705 632	5 292	19 593	686 039
2	6	686 039	5 145	19 740	666 299
2	7	666 299	4 997	19 888	646 411
2	8	646 411	4 848	20 037	626 374
2	9	626 374	4 698	20 187	606 187
2	10	606 187	4 546	20 339	585 848
2	11	585 848	4 394	20 491	565 357
2	12	565 357	4 240	20 645	544 712
3	1	544 712	4 085	20 800	523 913
3	2	523 913	3 929	20 956	502 957
3	3	502 957	3 772	21 113	481 844
3	4	481 844	3 614	21 271	460 573
3	5	460 573	3 454	21 431	439 142
3	6	439 142	3 294	21 591	417 551
3	7	417 551	3 132	21 753	395 797

3	8	395 797	2 968	21 917	373 881
3	9	373 881	2 804	22 081	351 800
3	10	351 800	2 638	22 247	329 553
3	11	329 553	2 472	22 413	307 140
3	12	307 140	2 304	22 581	284 558
4	1	284 558	2 134	22 751	261 807
4	2	261 807	1 964	22 921	238 886
4	3	238 886	1 792	23 093	215 793
4	4	215 793	1 618	23 267	192 526
4	5	192 526	1 444	23 441	169 085
4	6	169 085	1 268	23 617	145 468
4	7	145 468	1 091	23 794	121 674
4	8	121 674	913	23 972	97 701
4	9	97 701	733	24 152	73 549
4	10	73 549	552	24 333	49 216
4	11	49 216	369	24 516	24 700
4	12	24 700	185	24 700	0

#### Příloha 4: Rozvaha 2. rok – realistická varianta

AKTIVA				Bruto	Korekce	Netto
				765 176	144 300	620 876
B			<b>Dlouhodobý majetek</b>	354 300	141 720	212 580
	II		<i>Dlouhodobý hmotný majetek</i>	354 300	141 720	212 580
		3	Samostatné movité věci a soubory mov. věcí	354 300	141 720	212 580
C			<b>Oběžná aktiva</b>	301 484	2 580	298 904
	I		<i>Zásoby</i>	29 377	2 580	12 110
		1	Materiál	14 690	2 580	12 110
		1	Zboží	14 686	0	14 686
	IV		<i>Krátkodobý finanční majetek</i>	272 107	0	272 686
		1	Peníze		0	
		2	Účty v bankách	240 000	0	32 107
D	I		<b>Časové rozlišení</b>	109 392	0	109 292
		1	Náklady příštích období	109 392		109 392
<b>PASIVA CELKEM</b>						<b>620 876</b>
A			<b>Vlastní kapitál</b>			-51 257
	I		<i>Základní kapitál</i>			100 000
		1	Základní kapitál			100 000
A	IV		<i>Výsledek hospodaření minulých let</i>			-221 457
		2	Neuhrazená ztráta minulých let			-221 457
A	V		<i>Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)</i>			70 200
B			<b>Cizí zdroje</b>			672 133
B	III		<i>Krátkodobé závazky</i>			127 421
		5	Závazky k zaměstnancům			28 944
		6	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění			16 200
		7	Stát - daňové závazky a dotace			82 277
	IV		<i>Bankovní úvěry a výpomoci</i>			544 712
		1	Bankovní úvěry dlouhodobé			544 712

### Příloha 5: Rozvaha 3. rok – realistická varianta

			Bruto	Korekce	Netto
		<b>AKTIVA</b>	<b>789 516</b>	<b>214 880</b>	<b>574 536</b>
B		<b>Dlouhodobý majetek</b>	354 300	212 580	141 720
	II	<i>Dlouhodobý hmotný majetek</i>	354 300	212 580	141 720
		3 Samostatné movité věci a soubory mov. věcí	354 300	212 580	141 720
C		<b>Oběžná aktiva</b>	435 116	2 300	432 816
	I	<i>Zásoby</i>	26 797	2 300	9 810
		1 Materiál	12 110	2 300	9 810
		1 Zboží	14 686	0	14 686
	IV	<i>Krátkodobý finanční majetek</i>	408 319	0	408 319
		1 Peníze	18 319	0	18 319
		2 Účty v bankách	390 000	0	390 000
D	I	<b>Časové rozlišení</b>	0	0	0
		1 Náklady příštích období	0		0
					BO
		<b>PASIVA CELKEM</b>			<b>574 536</b>
A		<b>Vlastní kapitál</b>			141 015
	I	<i>Základní kapitál</i>			100 000
		1 Základní kapitál			100 000
A	IV	<i>Výsledek hospodaření minulých let</i>			-151 257
		IV 1 Nerozdělený zisk minulých let			70 200
		2 Neuhrazená ztráta minulých let			-221 457
A	V	<i>Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)</i>			192 070
B		<b>Cizí zdroje</b>			433 723
B	III	<i>Krátkodobé závazky</i>			149 164
		5 Závazky k zaměstnancům			31 700
		6 Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění			18 000
		7 Stát - daňové závazky a dotace			99 464
	IV	<i>Bankovní úvěry a výpomoci</i>			284 558
		1 Bankovní úvěry dlouhodobé			284 558

## Příloha 6: Odpisy dlouhodobého majetku

### ÚČETNÍ ODPISY

Nákup dlouhodobého majetku (Kč)	Cena bez DPH	Doba odpisování	Odpis 1. rok	Odpis 2. rok	Odpis 3. rok	Odpis 4. rok	Odpis 5. rok
Bar (barový pult)	180 000	5	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000
Kávovar	88 900	5	17 780	17 780	17 780	17 780	17 780
Nábytek (jako soubor)	85 400	5	17 080	17 080	17 080	17 080	17 080
<b>Celkem</b>	<b>354 300</b>	-	<b>70 860</b>	<b>70 860</b>	<b>70 860</b>	<b>70 860</b>	<b>70 860</b>
Zůstatková cena	-	-	283 440	212 580	141 720	70 860	0

### DAŇOVÉ ODPISY

Nákup dlouhodobého majetku (Kč)	Cena bez DPH	Doba odpisování	Odpis 1. rok	Odpis 2. rok	Odpis 3. rok	Odpis 4. rok	Odpis 5. rok
Bar (barový pult)	180 000	5	19 800	40 050	40 050	40 050	40 050
Kávovar	88 900	5	9 779	19 781	19 781	19 781	19 778
Nábytek (jako soubor)	85 400	5	9 394	19 002	19 002	19 002	19 000
<b>Celkem</b>	<b>354 300</b>		<b>38 973</b>	<b>78 833</b>	<b>78 833</b>	<b>78 833</b>	<b>78 828</b>















## Příloha 8: Nákres kavárny/vinárny



**Příloha 9: Nákup zásob – 15 %**

	Balení	Počet	Cena za balení	Celkem bez DPH	DPH	Celkem s DPH
cena za 3 kg	3 kg	1	1 825,29	1 825,29	273,79	2 099,08
cukr třtinový	1000 ks	1	477,41	477,41	71,61	549,02
cukr bílý	1000 ks	1	303,49	303,49	45,52	349,01
Mléko tučné (3 %)	12x1l	2	215,88	431,76	64,76	496,52
Smetana ke šlehání	5x250ml	3	83,00	249,00	37,35	286,35
Med	2x500g	2	125,00	250,00	37,50	287,50
sypaný čaj	1x250g	4	204,36	817,44	122,62	940,06
Citron	1 kg	2	56,11	112,22	16,83	129,05
Máta	1x50g	5	25,90	129,50	19,43	148,93
Zázvor	1kg	1	149,90	149,90	22,49	172,39
Pomeranč	1kg	2	52,89	105,78	15,87	121,65
Limetka	1kg	1	123,96	123,96	18,59	142,55
Hruška	1 kg	1	99,80	99,80	14,97	114,77
Brusinky sušené	1x500g	1	79,90	79,90	11,99	91,89
zázvorový sirup	0,7l	2	60,00	120,00	18,00	138,00
mátový sirup	0,7	2	60,00	120,00	18,00	138,00
bezinkový sirup	0,7	2	60,00	120,00	18,00	138,00
Mošt jablko 5 l	5l	2	216,53	433,06	64,96	498,02
Mošt jablko-hruška	5l	2	242,62	485,24	72,79	558,03
Mošt jablko-mrkev	5l	2	233,92	467,84	70,18	538,02
mouka (polohrubá)	10x1kg	1	77,01	77,01	11,55	88,56
Mouka (hladká)	10x1kg	1	70,00	70,00	10,50	80,50
čokoláda (75 %)	1 kg	1	260,00	260,00	39,00	299,00
cukr bílý	10x1kg	1	125,00	125,00	18,75	143,75
Cukr třtinový	1x1kg	2	47,70	95,40	14,31	109,71
máslo	4x250g	2	119,60	239,20	35,88	275,08
mandle	1x1kg	1	349,90	349,90	52,49	402,39
kakao	12x100g	1	159,60	159,60	23,94	183,54
Maliny čerstvé	1x125g	4	69,90	279,60	41,94	321,54
maliny mražené	1x1kg	2	159,90	319,80	47,97	367,77
džem malinový	1x600g	2	83,50	167,00	25,05	192,05

vejce	1x15ks	3	48,00	144,00	21,60	165,60
olej	3x1l	1	109,50	109,50	16,43	125,93
mrkev	1x1kg	2	18,18	36,36	5,45	41,81
soft cheese	1x200g	4	42,90	171,60	25,74	197,34
skořice (celá)	1x450g	1	129,90	129,90	19,49	149,39
prášek do pečiva	50x13g	1	70,00	70,00	10,50	80,50
banány	1x1kg	2	51,24	102,48	15,37	117,85
puđink	10ks	2	98,00	196,00	29,40	225,40
tvaroh (polotučný)	4x250g	1	67,60	67,60	10,14	77,74
zakysaná smetana	1x375ml	4	28,30	113,20	16,98	130,18
vanilkový cukr	30x8g	1	228,00	228,00	34,20	262,20
rozinky	1x1kg	1	89,90	89,90	13,49	103,39
jablka	1x1kg	3	39,67	119,01	17,85	136,86
mascarpone	1x250g	5	62,50	312,50	46,88	359,38
lesní ovoce zmražené	1x1kg	1	112,00	112,00	16,80	128,80
piškoty cukrářské	1x1,6kg	1	149,00	149,00	22,35	171,35
olivový olej	1x1l	2	159,00	318,00	47,70	365,70
droždí	12x42g	1	31,80	31,80	4,77	36,57
sůl	12x1kg	1	42,75	42,75	6,41	49,16
Uzené maso	kg	2	205,77	411,54	61,73	473,27
Klobásy	kg	2	421,46	842,92	126,44	969,36
Sušená šunka (prosciuto)	kg	1	412,37	412,37	61,86	474,23
Modrý sýr	1x1kg	1	269,00	269,00	40,35	309,35
Ementál	1x1kg	1	161,00	161,00	24,15	185,15
Feta	1x1kg	1	269,90	269,90	40,49	310,39
Mozzarella	1x230g	6	42,90	257,40	38,61	296,01
Hermelín	3x200g	4	145,80	583,20	87,48	670,68
Olivy	1x450g	4	39,90	159,60	23,94	183,54
Sušená rajčata	3x265g	1	134,70	134,70	20,21	154,91
Cibule	1x1kg	2	18,18	36,36	5,45	41,81
Brusinky džem	1x600g	2	103,50	207,00	31,05	238,05
Rajče	1x1kg	2	56,20	112,40	16,86	129,26
Uzený losos	1x500g	1	319,00	319,00	47,85	366,85
kysané zelí	6x330g	1	71,40	71,40	10,71	82,11

česnek	1x1kg	1	109,90	109,90	16,49	126,39
majonéza	6x225g	1	113,43	113,43	17,01	130,44
svazek jarní cibulky	1x150g	4	10,90	43,60	6,54	50,14
hořčice dijon	1x500g	1	79,90	79,90	11,99	91,89
škvarky	kg	2	239,66	479,32	71,90	551,22
okurky zavařené	6x270g	2	89,40	178,80	26,82	205,62
<b>Celkem</b>				<b>16 840,44</b>	<b>2 526,07</b>	<b>19 366,51</b>

## Příloha 10: Nákup zboží s 21 %

	Balení	Počet	Cena za balení	Celkem bez DPH	DPH	Celkem s DPH
Baileys	1x1l	2	309,00	618,00	129,78	747,78
Rum (např. Bacardi)	1x1l	2	279,90	559,80	117,56	677,36
Amaretto	1x0,7l	1	225,00	225,00	47,25	272,25
Víno sudové (bílé + červené)	1x1l	18	70,00	700,00	147,00	847,00
Víno sudové červené	1x1l	10	70,00	700,00	147,00	847,00
Vinařství Rodina Kölbelova			0,00	0,00	0,00	0,00
Pinot Gris polosladké 2013	1x0,7l	10	99,17	991,68	208,25	1 199,93
Sauvignon polosuché 2013	1x0,7l	6	99,17	595,01	124,95	719,96
Frankovka Rosé polosuché 2013	1x0,7l	6	90,90	545,42	114,54	659,96
Zweigeltrebe Rosé sladké 2013	1x0,7l	8	99,17	793,34	166,60	959,95
Ryzlink Rýnský polosuché 2013	1x0,7l	6	99,17	595,01	124,95	719,96
Vinařství Maňák			0,00	0,00	0,00	0,00
Tramín červený 2013 Polosladké Výběr z hroznů	1x0,7l	10	123,96	1 239,60	260,32	1 499,92
Ryzlink vlašský 2013 Polosladké Pozdní sběr	1x0,7l	6	115,70	694,18	145,78	839,95
Pálava 2013 Polosladké Výběr z hroznů	1x0,7l	6	165,28	991,68	208,25	1 199,93
Rulandské šedé 2013 Polosladké Výběr z hroznů	1x0,7l	10	123,96	1 239,60	260,32	1 499,92
Zweigeltrebe rosé 2014 Suché Moravské zemské víno	1x0,7l	6	90,90	545,42	114,54	659,96
Frankovka - rosé 2013 Polosuché Pozdní sběr	1x0,7l	6	115,70	694,18	145,78	839,95
Modrý Portugal 2013 Suché Pozdní sběr	1x0,7l	8	99,17	793,34	166,60	959,95
Cabernet Moravia 2012 Suché Pozdní sběr	1x0,7l	8	115,70	925,57	194,37	1 119,94
Frankovka Suché Výběr z hroznů	1x0,7l	10	123,96	1 239,60	260,32	1 499,92
<b>Celkem</b>				<b>14 686,43</b>	<b>3 084,15</b>	<b>17 770,58</b>



	<b>ceny bez DPH</b>	<b>ks</b>	<b>celkem bez DPH</b>	<b>DPH</b>	<b>Cena s DPH</b>
Skleněný džbánek JUG 1 litr	46,00	10,00	460,00	96,60	556,60
Skleněný džbánek JUG 0,5	38,00	10,00	380,00	79,80	459,80
Sklenice WHITE WINE 350 ml	46,00	30,00	1 380,00	289,80	1 669,80
Sklenice na víno BORDEAUX 580 ml	59,00	30,00	1 770,00	371,70	2 141,70
Skleněný hrnek VELA L 310 ml	42,00	15,00	630,00	132,30	762,30
Sklenice ICE COFFEE 260 ml	23,80	15,00	357,00	74,97	431,97
Konvička na čaj ROSA 400 ml	156,00	15,00	2 340,00	491,40	2 831,40
Šálek WINSTON CHURCHILL L 360 ml	55,25	15,00	828,75	174,04	1 002,79
Šálek LAZA M 170 ml	45,90	15,00	688,50	144,59	833,09
Šálek LAZA S 90 ml	37,90	15,00	568,50	119,39	687,89
Šálek LAZA L 220 ml	49,70	15,00	745,50	156,56	902,06
Sklenice Casablanca 42,1cl	14,88	20,00	297,60	62,50	360,10
Sklenice Casablanca 24,6cl	13,22	20,00	264,40	55,52	319,92
Medonoska malá	14,00	10,00	140,00	29,40	169,40
Keramická dóza na med bílá	148,00	8,00	1 184,00	248,64	1 432,64
Mlékovka 40 ml	18,70	20,00	374,00	78,54	452,54
Lžička moka Touring	12,40	20,00	248,00	52,08	300,08
Lžička kávová Touring	14,88	30,00	446,40	93,74	540,14
Lžička na limonádu	13,00	20,00	260,00	54,60	314,60
Vědro na víno 3,7l	328,00	4,00	1 312,00	275,52	1 587,52
Konvice na zpěnění mléka 0,8l	287,00	2,00	574,00	120,54	694,54
Teploměr	145,00	2,00	290,00	60,90	350,90
Odměrka na alkohol 20-40 ml	43,00	2,00	86,00	18,06	104,06
Otvírák číšnícký Sommelier - jednostupňový	142,00	2,00	284,00	59,64	343,64
Podnos číšnícký protiskluzový kulatý	95,00	2,00	190,00	39,90	229,90
Misky GN 1/6 polypropylenové	27,00	6,00	162,00	34,02	196,02
Nůž na zeleninu 8,5 cm	72,00	2,00	144,00	30,24	174,24
Barevná deska 45x30x1,3 cm	298,00	1,00	298,00	62,58	360,58
Utěrky	35,00	10,00	350,00	73,50	423,50
<b>Celkem</b>			<b>17 052,65</b>	<b>3 581,06</b>	<b>20 633,71</b>

	<b>ceny bez DPH</b>	<b>ks</b>	<b>celkem bez DPH</b>	<b>DPH</b>	<b>Cena s DPH</b>
Tyčový mixér Kenwood	1 495,00	1,00	1 495,00	313,95	1 808,95
Kuchyňská váha	1 425,00	1,00	1 425,00	299,25	1 724,25
Vidlička moučnicková Touring	15,70	30,00	471,00	98,91	569,91
Vidlička Touring	20,66	30,00	619,80	130,16	749,96
Lžice Touring	20,66	10,00	206,60	43,39	249,99
Nůž Touring	35,54	30,00	1 066,20	223,90	1 290,10
Mísa kompot THUN FLEURETTE 13 cm	25,00	20,00	500,00	105,00	605,00
Talíř dezertní NINA THUN 19 cm	28,00	30,00	840,00	176,40	1 016,40
Talíř mělký NINA THUN 27 cm	31,90	20,00	638,00	133,98	771,98
Tác	89,00	4,00	356,00	74,76	430,76
Prkénko 300x200x19 mm	125,00	10,00	1 250,00	262,50	1 512,50
Koš Poly-Ratan kulatý	42,00	10,00	420,00	88,20	508,20
Sklenice Dessert 26 cl	40,00	20,00	800,00	168,00	968,00
Terrina Fido 71 x 83 mm	38,00	15,00	570,00	119,70	689,70
Láhev na šlehačku 1l Kayser	1 690,00	1,00	1 690,00	354,90	2 044,90
Rendlík 0,33 l	198,00	1,00	198,00	41,58	239,58
Rendlík 1,4 l	425,00	1,00	425,00	89,25	514,25
Hrnec s poklicí 2,2 l	545,00	1,00	545,00	114,45	659,45
Forma koláčová	249,00	2,00	498,00	104,58	602,58
Hrnec s poklicí 2,8 l	655,00	1,00	655,00	137,55	792,55
Pánev nerezová, 24 cm	915,00	1,00	915,00	192,15	1 107,15
Pánev nerezová, 28 cm	1 375,00	1,00	1 375,00	288,75	1 663,75
Gastronádoba GN 1/2 polypropylenová	105,00	4,00	420,00	88,20	508,20
Gastronádoba GN 1/6 polypropylenová	60,00	4,00	240,00	50,40	290,40
Misky GN 1/6 polypropylenové	27,00	6,00	162,00	34,02	196,02
Plech obdelníkový	250,00	2,00	500,00	105,00	605,00
Plech pekařský 600x400 perforovaný	520,00	2,00	1 040,00	218,40	1 258,40
Vařečka	18,00	8,00	144,00	30,24	174,24
Karty paderno	21,00	4,00	84,00	17,64	101,64
Škrabka Famos	58,00	2,00	116,00	24,36	140,36

Lopatka na dort	58,00	2,00	116,00	24,36	140,36
Silikonový štětec	89,00	2,00	178,00	37,38	215,38
Mísa polypropylenová	82,00	4,00	328,00	68,88	396,88
Struhadlo čtyřhran	127,00	2,00	254,00	53,34	307,34
Lopatka polyethylen	90,00	2,00	180,00	37,80	217,80
Obracečka nylonová	58,00	2,00	116,00	24,36	140,36
Metlička nylonová	58,00	2,00	116,00	24,36	140,36
Cedník síto s háčkem	147,00	2,00	294,00	61,74	355,74
Metla 12 drátů	110,00	2,00	220,00	46,20	266,20
Stěrka cukrářská s dřevěnou rukojetí 27 cm	37,00	3,00	111,00	23,31	134,31
Váleček na těsto	110,00	2,00	220,00	46,20	266,20
Odměrka polypropylen	142,00	2,00	284,00	59,64	343,64
Forma kruhová regulovatelná	322,00	2,00	644,00	135,24	779,24
Forma čtvercová regulovatelná+A56	482,00	1,00	482,00	101,22	583,22
Sada koncovek nerez	377,00	1,00	377,00	79,17	456,17
Sáček cukrářský STANDART - délka 40 cm	137,00	2,00	274,00	57,54	331,54
Barevná deska 45x30x1,3 cm	298,00	2,00	596,00	125,16	721,16
Nůž kuchařský 25 cm	197,00	2,00	394,00	82,74	476,74
Nůž kuchařský 16 cm	104,00	2,00	208,00	43,68	251,68
Nůž na zeleninu 8,5 cm	72,00	2,00	144,00	30,24	174,24
Mlýnek na pepř/sůl	350,00	2,00	700,00	147,00	847,00
Rukavice do +250°C	96,00	2,00	192,00	40,32	232,32
Utěrky	35,00	10,00	350,00	73,50	423,50
<b>Celkem</b>			<b>26 442,60</b>	<b>5 552,95</b>	<b>31 995,55</b>

	<b>ceny bez DPH</b>	<b>ks</b>	<b>celkem bez DPH</b>	<b>DPH</b>	<b>Cena s DPH</b>
Mop plochý komplet, tyč, držák	444,63	1,00	444,63	93,37	538,00
Kbelík s elast. ždímadlem Vileda	97,52	2,00	195,04	40,96	236,00
Koš s víkem 60 litrů	650,00	2,00	1 300,00	273,00	1 573,00
Smeták 60 žíně s holí 160cm	187,60	1,00	187,60	39,40	227,00
Smetáček s Lopatkou	109,00	2,00	218,00	45,78	263,78

Razítko	362,50	2,00	725,00	152,25	877,25
<b>Celkem</b>			<b>3 070,27</b>	<b>644,76</b>	<b>3 715,03</b>

	<b>ceny bez DPH</b>	<b>ks</b>	<b>celkem bez DPH</b>	<b>DPH</b>	<b>Cena s DPH</b>
Párátka 200 ks	11,00	1,00	11,00	2,31	13,31
Dřevěné špejle 50 ks	17,00	1,00	17,00	3,57	20,57
Alobal 10m	33,20	2,00	66,40	13,94	80,34
Kuchyňská folie 300	99,00	1,00	99,00	20,79	119,79
Pečicí papír 10m	24,80	1,00	24,80	5,21	30,01
Tácky pod dort	18,00	10,00	180,00	37,80	217,80
Košíčky na muffiny 100 ks	122,00	1,00	122,00	25,62	147,62
Ubrousky 2vrst 24x24 (250ks)	57,85	2,00	115,70	24,30	140,00
Brčka 100 ks	38,00	2,00	76,00	15,96	91,96
Sáčky svačinové (100 ks)	22,00	1,00	22,00	4,62	26,62
Sáčky do koše 60x70,60L (25ks)	21,49	2,00	42,98	9,03	52,01
Utěrky rolované 2vrstvé 20cmx60m	32,23	2,00	64,46	13,54	78,00
Bombičky jednorázové na šlehačku 10 ks	88,00	1,00	88,00	18,48	106,48
Regenerační sůl granulovaná - perličková (3 kg)	60,00	1,00	60,00	12,60	72,60
Mycí prostředek myčka PROFI STELLA 3kg	212,40	1,00	212,40	44,60	257,00
Well done ELEGANT na podlahy 5l	134,71	1,00	134,71	28,29	163,00
Well done INOX čistič nerez 750ml	40,50	1,00	40,50	8,51	49,01
Well done KUCHYŇÉ antibakteriál 750ml	34,71	1,00	34,71	7,29	42,00
Well done MYCÍ prostředk na nádobí 1L	29,75	2,00	59,50	12,50	72,00
Well done čistič sporák akt. pěna 400ml	48,76	1,00	48,76	10,24	59,00
Well done PĚNA sanitární čistící 750ml	59,50	1,00	59,50	12,50	72,00
Well done WC čistič vůně mandle 750ml	29,75	1,00	29,75	6,25	36,00
Well done OKENA-čistič 750ml	28,93	1,00	28,93	6,08	35,01
Rukavice latex bílé pudrované M 100ks	106,61	1,00	106,61	22,39	129,00
Tekuté mýdlo 5L jablko hruška	79,34	1,00	79,34	16,66	96,00
Drátěnka JUMBO nerez 40 g	14,05	6,00	84,30	17,70	102,00

Hadr mycí DUHA 70x60cm	15,70	10,0 0	157,00	32,97	189,97
Hadr na zem Libor tkaná	18,18	5,00	90,90	19,09	109,99
Hadr na zem Mistr 70x52cm	15,70	5,00	78,50	16,49	94,99
Houba žlutá tvarovaná 10ks	41,32	2,00	82,64	17,35	99,99
Houbová utěrka Spontex 10 ks	48,76	2,00	97,52	20,48	118,00
Kartáč na nádobí velký disketa YOYO	24,79	1,00	24,79	5,21	30,00
Mop náhradní 350g bavlna	168,60	1,00	168,60	35,41	204,01
Toaletní papír 2vrst 23,5m/8ks/HarmonyC	37,19	4,00	148,76	31,24	180,00
<b>Celkem</b>			<b>2 757,06</b>	<b>578,98</b>	<b>3 336,04</b>

	<b>ceny bez DPH</b>	<b>ks</b>	<b>celkem bez DPH</b>	<b>DPH</b>	<b>Cena s DPH</b>
Papír A4 listů	83,00	1,00	83,00	17,43	100,43
Papírový kotouč do tiskárny k pokladně	23,50	10,0 0	235,00	49,35	284,35
Propisky	22,10	5,00	110,50	23,21	133,71
<b>Celkem</b>			<b>428,50</b>	<b>89,98</b>	<b>518,49</b>