

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra ekonomie

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR

Bakalářská práce

Autor: Lucie Elza Kňourková

Studijní obor: Finanční management

Vedoucí práce: prof. Ing. Ladislav Hájek, CSc.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne

Lucie Elza Kňourková

Anotace

Předmětem mé bakalářské práce je vypracování reálného podnikatelského záměru pro založení a následný provoz kavárny. Práce je tvořena ze dvou částí, teoretické a praktické. V teoretické části jsou definované pojmy podnikatelský plán, podnik, podnikání, právní forma podnikání a je provedena analýza podnikatelského prostředí. V praktické části představuji podnik, jeho organizační strukturu a produkty, dále jeho marketingovou strategii a finanční plán. Tato práce bude zároveň sloužit jako podklad pro založení kavárny Kavalír v Hradci Králové.

Annotation

The aim of this bachelor thesis is to write a business plan for the foundation and operation of a café. This paper consists of two parts – theoretical and practical. The theoretical part defines the following main topics: business plan, enterprise, business, legal form of business and business environment analysis. The practical part introduces the business and its organization, products, a marketing strategy and a financial plan. The goal of this paper is to open a café Kavalir in Hradec Kralove.

Obsah

Anotace.....	
Obsah.....	
Úvod.....	1
1 Teoretická východiska podnikatelského záměru	2
1.1 Podnik a podnikání	2
1.1.1 Podnikatelský plán.....	2
1.1.2 Podnikání	3
1.1.3 Podnik.....	4
1.1.4 Podnikatel.....	4
1.2 Druhy právních forem	5
1.2.1 Živnostenské podnikání (podnik jednotlivce)	6
1.2.2 Obchodní korporace	8
1.2.3 Družstvo	17
1.2.4 Kritéria volby právní formy podnikání	19
2 Analýza podnikatelského prostředí.....	20
2.1 Makroprostředí.....	21
2.1.1 Hospodářské vlivy	21
2.1.2 Politicko-právní vlivy.....	22
2.1.3 Technologické vlivy	22
2.1.4 Geografické vlivy	23
2.1.5 Sociálně-kulturní vlivy	24
2.2 Mikroprostředí.....	26
2.2.1 Zákazníci	26

2.2.2 Konkurence.....	27
2.2.3 Dodavatelé a distributoři	29
3 Návrh podnikatelského záměru	30
3.1 Popis podniku.....	30
3.1.1 Poslání a cíle podniku	31
3.1.2 Zaměstnanecká struktura	32
3.1.3 Činnost podniku.....	33
3.2 Marketingová strategie	35
3.2.1 Oslovení cílové skupiny	35
3.2.2 Charakteristika produktů 4P.....	36
4 Finanční plán	38
4.1 Zakladatelský rozpočet.....	39
4.1.1 Analýza počátečních nákladů.....	39
4.1.2 Bod zvratu	39
4.2 Rozpočet běžného financování.....	41
4.2.1 Analýza mzdových nákladů.....	41
4.2.2 Analýza fixních nákladů.....	41
4.3.3 Plán příjmů a výdajů.....	41
Shrnutí výsledků	43
Závěry a doporučení	44
Seznam použitých zdrojů.....	45
Literatura	45
Internetové zdroje	46

Úvod

Zadáním mé bakalářské práce je „Podnikatelský záměr.“ Budu popisovat založení a provoz kavárny. Podnikatelský záměr je základním stavebním kamenem každého podniku. Je to dokument, který shrnuje všechny klíčové faktory, a to vnitřní i vnější, které souvisí se založením i chodem každé firmy. Je to odrazový můstek pro rozhodnutí založení podnikání. V případě, že už se rozhodneme si nějaký podnik založit, slouží nám k tomu, aby nás vedl k vybudování zralého, stabilního a konkurenceschopného, plně funkčního podniku, který nám bude generovat zisk a spokojené zákazníky.

V této bakalářské práci se budu zabývat založením a provozem kavárny. Tento druh podnikání jsem si vybrala proto, že mě káva, její chuť i její aroma vždy fascinovali. Mám ráda proces přípravy kávových nápojů, od mletí až po extrakci kávy, a líbí se mi, kolik druhů se z ní dá připravit. Stejně jako kávu mám ráda i lidi a jejich společnost. Ráda potkávám nové zajímavé osobnosti, ráda vidím, když se lidé setkávají, komunikují, vyměňují si mezi sebou své názory a zkušenosti. Ať už si sdělují pracovní nebo osobní záležitosti, u šálku lahodné kávy v příjemném prostředí je to vždy o něco lepší. Kavárna je místo, kde se lidé setkávají, aby si vyměnili informace. Místo, kde se spojuje užitečné s příjemným.

Cílem mé bakalářské práce je zpracování podnikatelského záměru, dále založení a následný fiktivní provoz kavárny po dobu jednoho roku. Budu se snažit proniknout do problematiky podniku a právních forem podnikání, vytvořit kvalitní podnikatelský plán a analýzu podnikatelského prostředí. Stanovit, zda se vyplatí do rizika podnikání vstoupit, či nikoliv. Dalším z hlavních bodů bude vytvoření marketingového plánu, který pomůže dostat se do povědomí potencionálních zákazníků, ale hlavně si jednou získané zákazníky udržet a neustále zvyšovat kvalitu jejich spokojenosti.

1 Teoretická východiska podnikatelského záměru

1.1 Podnik a podnikání

1.1.1 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument zpracovaný podnikatelem, který charakterizuje vnější a vnitřní faktory podniku, jenž souvisejí se zahájením podnikatelské činnosti nebo fungováním již existující firmy a specifikuje záměry podnikatele do budoucna. Stanovuje povahu, rozsah, předmět i druh podnikání (zda se jedná o službu, výrobu nebo obchod), dále charakter produktu, zhodnocení konkurence, cílový trh a popis primárních zákazníků. Tyto faktory pak ovlivňují i celkovou obsáhlost takového plánu.¹

Podnikatelský plán slouží primárně k interním účelům, ale může sloužit i k informování externích subjektů. Jako interní dokument slouží většinou k plánování, rozhodování nebo kontrolování. Napomáhá například i při stanovení životaschopnosti podniku, anebo může být nápomocen před velkými strategickými či marketingovými změnami. Je tedy určen především pro majitele firmy a pro vedoucí pracovníky. Také může poskytovat vodítko pro další plánovací činnost. Pro externí subjekty slouží zejména jako kritérium pro rozhodování investora, zda projekt podpořit, či nikoliv. Může být tedy brán i jako klíč k získání bankovního úvěru nebo jiných finančních prostředků².

Mezi hlavní přínosy, které nám sepsání podnikatelského plánu přinese, patří srozumitelné a přehledné uspořádání záměrů firmy, stanovení poslání, vize a podnikových strategií. Dále díky němu stanovíme předpoklady pro vedení podniku a rizika, která jsou patrná zejména při začátku podnikání, ale i v jeho průběhu. Pokud tato rizika včas a odhalíme, můžeme jim později předejít, nebo se na ně alespoň připravit. Díky finančnímu plánu získáme přehled o potřebných financích, které do začátku podnikání musíme investovat, aby nám podnik začal generovat zisk. K tomu nám pomůže plán vývoje finančních toků. Stejně tak si určíme, jak tyto potřebné

¹ KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, c2007. *Praxe podnikatele*. ISBN 978-80-251-1605-0. S. 95.

² *Tamtéž*. S. 95-96.

finance získáme. Podnikatelský záměr dále slouží pro informovanost o záměrech firmy a budování firemní kultury, nebo také jako motivační nástroj pro zaměstnance.

Podle Vebera a Srpové patří mezi hlavní zásady pro zpracování podnikatelského plánu zejména: srozumitelnost (tj.: vytváření konkrétních tabulek, jednoduché vyjadřování, jasný záměr, reálné číselné podklady), reálnost a pravdivost (zakládání podnikatelského plánu na přesných a předem zjištěných hodnotách je základem úspěchu, bez nich by bylo tvoření takového plánu zbytečné), logičnost (jednotlivé části spolu musí souviset a musí na sebe navazovat, ač můžeme na každou nahlížet samostatně, dohromady dávají nedílný celek, který musí jako celek fungovat) a stručnost (jasně a stručně vymežit všechna důležitá fakta). Stejně tak musí podnikatelský plán respektovat riziko a snažit se mu předcházet.³

1.1.2 Podnikání

*„Podnikání je soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.“*⁴ Takto definoval podnikání obchodní zákoník, který byl zrušen ke dni 1. 1. 2014. Nicméně podle nového Občanského zákoníku platí tvrzení:

*„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“*⁵

Z obou těchto definic je patrné, že podnikání můžeme charakterizovat následujícími rysy. Základním motivem podnikání je dosažení zisku, jakožto přebytků výnosů nad náklady (příjmů nad výdaji). Zisk se dociluje uspokojováním potřeb zákazníka, který se svými zájmy, požadavky, potřebami a preferencemi stojí v centru pozornosti podnikatele. Podnikatel se snaží uspokojit tyto potřeby zákazníka pomocí svých výrobků a služeb prostřednictvím trhu. Kvůli tomu je však permanentně nucen čelit podnikatelskému, finančnímu, insolvenčnímu, sociálnímu apod. riziku.

³ VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6. S. 96-97.

⁴ Zákon č. 513/1991 Sb., Obchodní zákoník. Dostupné také z: [<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-513>].

⁵ Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník, §420. Dostupné také z: [<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>].

1.1.3 Podnik

Podnik je funkčně a právně samostatný subjekt, zpravidla zakládaný a provozovaný podnikatelem za účelem dosahování podnikatelského zisku. Podnikatelský zisk je cíl podnikání a jeho hybná síla. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které podnikateli slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit. Činnost podniku spočívá v uspokojování potřeb zákazníků.

Podniky můžeme klasifikovat dle několika kritérií, např. dle činnosti na výrobní, obchodní, služby, finanční, atd. Dle způsobu provozování na soukromé a státní. Dle velikosti na mikro, malé, střední a velké podniky. My se zaměříme zejména na rozdělení podle právní formy podnikání, které jsou: podnik jednotlivce (živnostenské podnikání), veřejná obchodní společnost, komanditní společnost, společnost s ručením omezeným, akciová společnost a družstvo.

1.1.4 Podnikatel

Podnikatele charakterizuje již výše uvedená definice Zákona č. 89/2012 Sb., Občanského zákoníku, §420. Podnikatel je tedy osoba, která samostatně a na vlastní odpovědnost vykonává podnikatelskou činnost. Zároveň je podnikatel i osobností, která má charakteristické vlastnosti. Podnikatel by měl být samostatný, zodpovědný, uvědomělý, motivovaný, vytrvalý, cílevědomý, optimistický, čestný, odolný, inovativní. Má dobře vést i motivovat své zaměstnance, umět si jasně stanovit své priority a cíle, ale také cesty, které ho k těmto cílům dovedou, a to co nejefektivnějším a nejvhodnějším způsobem. Stejně tak důležité je zaujetí pro věc. Měl by přinášet do svého podnikání nové nápady a myšlenky, obohacovat a zdokonalovat podnik ve prospěch zákazníků i sebe. Navzdory tomu by měl být ochoten riskovat a čelit riziku, bez kterého se podnikatelská činnost neobejde.

1.2 Druhy právních forem

Stanovení právní formy podnikání je jedním z nejdůležitějších aspektů při zakládání podniku. Volba závisí pouze na podnikateli, nicméně každá právní forma má své výhody a nevýhody v různých oblastech. Každá z nich podléhá svým specifickým právním normám, dle kterých je třeba podnikání řídit, a kterým je třeba přizpůsobit své finance, zaměstnance a strategie. Toto rozhodnutí má velký význam pro každou firmu, protože ovlivňuje důležité aspekty podnikání, a to nejen právní, ekonomické a daňové, ale i společensko-psychologické a etické. Změnu právní formy podniku samozřejmě lze uskutečnit, i když to může být komplikované, někdy může být takováto změna přínosem (například při objemném růstu a rozvoji firmy). Pro správné určení formy podniku se doporučuje položit si několik základních otázek:

- *Chci podnikat sám, nebo se společníky?*
- *Jak velké podnikatelské riziko chci nést?*
- *Jaké jsou náklady pro založení?*
- *Kolik je pro založení potřeba základního kapitálu?*
- *Jakým způsobem ručím v případě úpadku?*
- *Jaké je u dané právní formy zdanění?*

Na základě odpovědí na tyto otázky můžeme vyhodnotit, která právní forma podnikání pro nás bude nejvhodnější.

1.2.1 Živnostenské podnikání (podnik jednotlivce)

Podnik jednotlivce má většinou formu živnosti. Ty můžeme rozdělit na koncesované a ohlašované. Formu živnostenského podnikání a jeho druhy upravuje Živnostenský zákon č. 455/1991 Sb. „*Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*“⁶ Podnik je v podstatě jedna osoba, která splňuje podmínky ustanovené v zákoně. Člověk, který si chce takové podnikání založit, musí splňovat zejména plnoletost (dosažení věku 18 let), trestní bezúhonnost, způsobilost k právním úkonům a splnění daňové povinnosti vůči státu. Podle požadavků na odbornou způsobilost se živnosti dělí na ohlašovací a koncesované.⁷ Aby podnikatel mohl podnikat podle živnostenského zákona, musí získat živnostenský list nebo koncesní listinu. Vydává je živnostenský úřad, který také vede živnostenský rejstřík. Podnikání na základě živnostenského oprávnění je vhodné hlavně pro nejmenší firmy.

Ohlašovací živnosti mohou být při splnění zákonem stanovených podmínek provozovány na základě ohlášení živnostenskému úřadu. Dělí se na řemeslné, vázané a volné.⁸ U řemeslné živnosti je podmínkou odborná způsobilost, kterou dotyčný zaručí buď výučním listem v oboru, anebo praxí v oboru a to po dobu minimálně šesti let. Pokud tuto odbornost nesplňuje, je možné si stanovit odpovědného zástupce, který tuto odbornost splňuje a zodpovídá za ni. Patří mezi ně například hostinská činnost, pod kterou spadá i provoz kavárny.⁹

Živnost volná je živnost opravňující k výkonu činností, pro jejichž provozování tento zákon nevyžaduje prokazování odborné ani jiné způsobilosti vázané živnosti. K získání živnostenského oprávnění pro živnost volnou musí být splněny všeobecné

⁶ Živnostenské podnikání: předpisy regulující podnikání : živnostenský zákon, živnostenské úřady, obsahové náplně živností, Hospodářská a Agrární komora ČR, podpora podnikání, uznávání odborné kvalifikace, podnikání v cestovním ruchu, zastavárny, volný pohyb služeb : velká novela živnostenského zákona od září 2017 : redakční uzávěrka 18.9.2017. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ: úplné znění. ISBN 978-80-7488-247-0. §2, S. 6.

⁷ Tamtéž. §9, S. 13.

⁸ Tamtéž. §19, S. 17.

⁹ Tamtéž. §20-22, S. 18.

podmínky.¹⁰ Mezi volné živnosti patří např. ubytovací služby, fotografické služby nebo poskytování služeb pro rodinu a domácnost.

U živnosti vázané je třeba prokázat odbornou způsobilost dokladem o uznání odborné kvalifikace, který vydává uznávací orgán podle zákona o uznávání odborné kvalifikace.¹¹

Koncesované živnosti je možno provozovat pouze na základě tzv. koncese. Neboli povolení od živnostenského úřadu. Pro získání koncesní listiny je třeba dosáhnout určitého stupně vzdělání v daném oboru. To je uvedeno v příloze č. 3 k zákonu 455/1991 Sb. Mezi koncesované živnosti patří např. provoz cestovní kanceláře, služby soukromého detektiva, provádění veřejných aukcí nebo provozování pohřební služby. Na vydání koncese nemá podnikatel právní nárok.¹²

Výhody

- Nízké počáteční výlohy.
- Jednoduché založení.
- Není stanovena minimální hranice pro složení základního kapitálu.
- Minimální právní povinnosti.
- Možnost kdykoliv zrušit či pozastavit.
- Možnost vést pouze daňovou evidenci.
- Zisk podléhá pouze dani z příjmů fyzických osob.
- Svoboda rozhodnutí.
- Dosažený z podnikání podléhá pouze dani z příjmů fyzických osob 15%.

Nevýhody

- Ručení za závazky své firmy do výše celého svého majetku.
- Nižší pravděpodobnost získání úvěru u bankovních institucí.
- Nemusí vzbuzovat důvěru a stabilitu jako ostatní právní formy.

¹⁰ *Tamtéž.* §25, S. 19.

¹¹ *Tamtéž.* §23-24, S. 18.

¹² *Tamtéž.* §26-27, S. 19.

1.2.2 Obchodní korporace

Jak uvádí Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích), obchodními korporacemi jsou obchodní společnosti a družstva. Jsou to právnické osoby, založené za účelem podnikání, nebo za účelem správy vlastního majetku, pokud to nestanoví právo Evropských společenství nebo zákon jinak. Mezi obchodní společnosti patří společnost s ručením omezeným, akciová společnost, veřejná obchodní společnost a komanditní společnost. Pokud není v zákoně stanoveno jinak, mohou být zakladateli společnosti a účastnit se na jejím podnikání osoby fyzické i právnické. Ale fyzická nebo právnická osoba může být společníkem s neomezeným ručením pouze v jedné společnosti.¹³

Podle tohoto zákona se obchodní korporace se zakládá společenskou smlouvou. Společenská smlouva, kterou se zakládá kapitálová společnost, vyžaduje formu veřejné listiny, která musí být podepsána všemi zakladateli a pravost jejich podpisů musí být úředně ověřena. Společenská smlouva, kterou se zakládá družstvo, se uzavírá přijetím ustavující schůzí. Společenská smlouva společnosti s ručením omezeným a zakladatelská smlouva akciové společnosti musí mít formu notářského zápisu. Pokud to zákon připouští a společnost zakládá jediný zakladatel, nahrazuje společenskou smlouvu veřejná listina vyhotovená ve formě notářského zápisu, ta musí obsahovat stejně podstatné části jako společenská (zakladatelská) smlouva.¹⁴

Základní kapitál obchodní korporace je peněžní vyjádření souhrnu peněžitých i nepeněžitých vkladů všech společníků a musí být vyjádřen v jednotkách české měny. Základní kapitál se vytváří povinně v komanditní společnosti, ve společnosti s ručením omezeným a v akciové společnosti. Vkladem společníka se rozumí souhrn peněžitých prostředků nebo jiných penězi ocenitelných hodnot, které se daná osoba zavazuje vložit do společnosti za účelem nabytí nebo zvýšení účasti ve společnosti. Jinými penězi ocenitelnými hodnotami (nepeněžitým vkladem) může být majetek, jehož hospodářská hodnota je zjištělná, a kterých může společnost hospodářsky využít ve

¹³ *Obchodní korporace: zákon o obchodních korporacích a další zákony: přeměny obchodních společností a družstev, nabídky převzetí, transparentnost akciových společností, Evropské hospodářské zájmové sdružení, evropská společnost, evropská družstevní společnost, státní podnik : všechny prováděcí předpisy k zákonům. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ. ISBN 978-80-7488-203-6. Část I., Hlava I.*

¹⁴ *Tamtéž. §8-14, S. 8.*

vztahu k předmětu podnikání. Hodnota nepeněžitého vkladu musí být uvedena ve společenské smlouvě, zakladatelské smlouvě, anebo v zakladatelské listině. Hodnota nepeněžitého vkladu do společnosti s ručením omezeným nebo do akciové společnosti musí být zpracovaná soudním znalcem nezávislým na společnosti a jmenovaným za tím účelem soudem. Návrh na jmenování znalce podává společnost, zakladatel nebo budoucí zakladatel. Nepeněžitým vkladem nesmí být práce nebo služby.¹⁵

Společnosti mohou být přeměněny fúzí, tj. spojením dvou a více firem v jednu, převodem jmění na společníka, anebo rozdělením. Ukončení podnikání právnických osob je dvoustupňové. První stupeň je zrušení podniku, a to s likvidací, bez likvidace anebo prohlášením konkurzu. Další stupeň je zánik, kdy je společnost vymazána z obchodního rejstříku.

Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným je společnost, jejíž základní kapitál je tvořen vklady společníků a ti také ručí za závazky společnosti. Společnost s ručením omezeným může být založena jedním subjektem, kterým je právnická nebo fyzická osoba. Důležité je, že pokud společnost zakládá pouze jeden zakladatel, nemůže být současně také jediným zakladatelem nebo jediným společníkem jiné společnosti s ručením omezeným. Společnost může mít maximálně padesát společníků. Společnost odpovídá za porušení svých závazků celým svým majetkem, a také všichni společníci ručí společně a bez rozdílu za závazky společnosti do výše souhrnu nesplacených částí vkladů všech společníků podle stavu zápisu v obchodním rejstříku. Zápisem splacení všech vkladů do obchodního rejstříku ručení zaniká. Firma musí obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, nebo alespoň zkratku „spol. s r.o.“ nebo také „s.r.o.“. Do roku 2014 byla minimální výše základního kapitálu 200 000 Kč a minimální vklad společníka 20 000 Kč, nicméně dnes už hranice základního kapitálu stanovena pouze na 1 Kč, takže se minimální vklad společníka neudává. Jeho výše však může být stanovena pro společníky rozdílně, musí ale být dělitelná na celé tisíce.¹⁶

¹⁵ *Tamtéž. §15-43, S 8-10.*

¹⁶ *Obchodní korporace: zákon o obchodních korporacích a další zákony: přeměny obchodních společností a družstev, nabídky převzetí, transparentnost akciových společností, Evropské hospodářské zájmové sdružení, evropská společnost, evropská družstevní společnost, státní podnik : všechny prováděcí předpisy k zákonům. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ. ISBN 978-80-7488-203-6. Část I., Hlava I.*

Společenská smlouva musí obsahovat minimálně tyto věci: určení společníků uvedením firmy nebo názvu a sídla právnické osoby nebo jména a bydliště fyzické osoby, předmět podnikání (činnosti), výši základního kapitálu a výši vkladu každého ze společníků (včetně způsobu a lhůty splacení vkladů), jména a bydliště prvních jednatelů společnosti, a v neposlední řadě jména a bydliště prvních členů dozorčí rady společnosti.

Společenská smlouva může určit, že společnost vydá své stanovy, které by upravovaly vnitřní organizaci společnosti a podrobněji také některé záležitosti obsažené ve společenské smlouvě. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada. Společníci se jí zúčastňují osobně nebo v zastoupení zmocněncem na základě plné moci. Zmocněncem nesmí být jednatel nebo člen dozorčí rady společnosti. Statutárním orgánem společnosti je jeden nebo více jednatelů. Je-li jednatelů více, je oprávněn jednat jménem společnosti každý z nich samostatně, nestanoví-li se to jinak ve společenské smlouvě nebo ve stanovách. Jednatele jmenuje valná hromada z řad společníků anebo jiných fyzických osob.¹⁷

Výhody

- Omezené ručení společníků.
- Nízký počáteční kapitál.
- Pro přijetí velké části rozhodnutí není potřebný souhlas všech společníků.
- Do společnosti lze vložit i nepeněžitý vklad (nemovitosti, cenné papíry, ...).
- Právnická osoba působí důvěryhodně a seriózně.
- Společnost může expandovat navýšením vkladů nebo přistoupením nových společníků.

Nevýhody

- Zisk je zdaněn daní z příjmů právnických osob 19%.
- Vyplacené podíly na zisku jsou zdaněny srážkovou daní 15%.
- Chod a provoz společnosti je zatížen vyšší administrativní náročností.
- Společnost musí vést účetnictví (nemůže vést daňovou evidenci).

¹⁷ Tamtéž. §146. S. 25-26.

Akciová společnost

Akciovou společností je společnost, jejíž základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií o určené jmenovité hodnotě. Společnost odpovídá za porušení svých závazků celým svým majetkem a akcionáři neručí za závazky společnosti. Firma společnosti musí obsahovat označení „akciová společnost“ nebo zkratky „akc. spol.“, „a.s.“. Základní kapitál společnosti je součet peněžitých a nepeněžitých vkladů společníků a vyjadřuje se v českých korunách. Pokud akciová společnost vede podle zvláštního zákona účetnictví v eurech, může vyjádřit základní kapitál v eurech. Výše základního kapitálu je alespoň 2.000.000 Kč, nebo 80.000 EUR.¹⁸

Podstatou akciové společnosti jsou akcie. *“Akcie je majetkový cenný papír. Představuje podíl majitele (akcionáře) na majetku podniku. Z vlastnictví plynou akcionáři různá práva, zejména právo podílet se na vytvořeném zisku společnosti (dividendách) a účastnit se valné hromady a hlasovat, tj. spolurozhodovat o obsazení postů v představenstvu, dozorčí radě a o budoucích záměrech společnosti. V případě zániku společnosti mají právo podílet se na likvidačním zůstatku.”*¹⁹

Emisní kurs akcie nesmí být nižší, než je její jmenovitá hodnota. Stejně tak nesmí být nižší, než je její účetní hodnota. Účetní hodnota akcie se určí tak, že se částka základního kapitálu vydělí počtem vydaných kusových akcií. Akcie mohou být vydány v souladu se zvláštním zákonem v listinné podobě nebo v zaknihované podobě. Akcie musí obsahovat: jmenovitou hodnotu, označení formy akcie, u akcie na jméno firmu a název nebo jméno akcionáře, výši základního kapitálu a počet akcií k datu emise akcie a datum.²⁰

¹⁸ Obchodní korporace: zákon o obchodních korporacích a další zákony: přeměny obchodních společností a družstev, nabídky převzetí, transparentnost akciových společností, Evropské hospodářské zájmové sdružení, evropská společnost, evropská družstevní společnost, státní podnik : všechny prováděcí předpisy k zákonům. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ. ISBN 978-80-7488-203-6. Část I., Hlava Obchodní korporace: zákon o obchodních korporacích a další zákony: přeměny obchodních společností a družstev, nabídky převzetí, transparentnost akciových společností, Evropské hospodářské zájmové sdružení, evropská společnost, evropská družstevní společnost, státní podnik : všechny prováděcí předpisy k zákonům. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ. ISBN 978-80-7488-203-6. Část I., Hlava V.

¹⁹ JINDŘICHOVSKÁ, Irena. Finanční management. V Praze: C.H. Beck, 2013. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-052-2. S. 73.

²⁰ Obchodní korporace: zákon o obchodních korporacích a další zákony: přeměny obchodních společností a družstev, nabídky převzetí, transparentnost akciových společností, Evropské hospodářské zájmové sdružení, evropská společnost, evropská družstevní společnost, státní podnik : všechny prováděcí předpisy k zákonům. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ. ISBN 978-80-7488-203-6. Část I., Hlava V, §247-263.

Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, která rozhoduje o nejdůležitějších záležitostech společnosti. Vedle valné hromady se ustanovují další dva orgány, a to dozorčí rada a představenstvo. Akcionář se zúčastňuje valné hromady osobně, nebo zastoupený na základě písemné plné moci. Zástupcem akcionáře nemůže být člen představenstva nebo dozorčí rady. Valná hromada se koná nejméně jednou za rok ve lhůtě určené stanovami, nejpozději však do šesti měsíců od posledního dne účetního období a svolává ji představenstvo, popřípadě jeho člen, pokud se představenstvo na jejím svolání bez zbytečného odkladu neusneslo, a zákon stanoví povinnost valnou hromadu svolat, nebo pokud představenstvo není dlouhodobě schopno se usnášet, nestanoví-li tento zákon jinak.²¹

Dozorčí rada dohlíží na výkon působnosti představenstva a uskutečňování podnikatelské činnosti společnosti. Členové dozorčí rady mohou nahlížet do všech dokladů a zápisů týkajících se činnosti společnosti a kontrolují, zda účetní zápisy jsou řádně vedeny v souladu se skutečností a zda podnikatelská činnost společnosti se uskutečňuje v souladu s právními předpisy, stanovami a pokyny valné hromady.²²

Statutárním orgánem společnosti je představenstvo, jenž řídí činnost společnosti a jedná jejím jménem. Představenstvo rozhoduje o všech záležitostech společnosti, pokud nejsou zákonem nebo stanovami vyhrazeny do působnosti valné hromady nebo dozorčí rady. Představenstvo zabezpečuje obchodní vedení včetně řádného vedení účetnictví společnosti a předkládá valné hromadě ke schválení řádnou, mimořádnou a konsolidovanou účetní uzávěrku a návrh na rozdělení zisku nebo úhrady ztráty v souladu se stanovami společnosti. Členy představenstva volí a odvolává valná hromada a maximální doba funkčního období člena představenstva je 5 let, pokud to není uvedeno ve stanovách jinak.²³

²¹ *Tamtéž.* §398-434.

²² *Tamtéž.* §446-455.

²³ *Tamtéž.* §435-445.

Výhody

- Akcionáři neručí za závazky společnosti.
- Společnost je velmi dobře vnímaná obchodními partnery a bankovními institucemi.
- Důvěryhodnost pro získání cizího kapitálu.
- Vyplacené dividendy nepodléhají pojistnému sociálního pojištění.

Nevýhody

- Vysoký počáteční kapitál.
- Administrativní náročnost na založení a vedení společnosti.
- Povinnost sestavovat výroční zprávy.
- Povinnost vykazovat účetní závěrku ověřenou auditorskou společností.
- Zisk je zdaněn daní z příjmů právnických osob.
- Vyplacené dividendy jsou zdaněné srážkovou daní.

Veřejná obchodní společnost

Veřejnou obchodní společností se rozumí společnost, ve které minimálně dvě osoby podnikají pod společnou firmou a ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně celým svým majetkem. Společníkem v takovéto společnosti může být jen fyzická osoba, která splňuje všeobecné podmínky provozování živnosti podle zvláštního právního předpisu, a u které není dána překážka k provozování živnosti stanovená zvláštním právním předpisem, bez ohledu na předmět podnikání společnosti. Pokud je společníkem právnická osoba, vykonává práva a povinnosti jí pověřený zmocněnec, kterým může být pouze fyzická osoba. Firma musí obsahovat označení „veřejná obchodní společnost“, to ale může být nahrazeno zkratkou „veř. obch. spol.“ nebo „v.o.s.“. Pokud obsahuje firma jméno alespoň jednoho ze společníků, postačí dodatek „a spol.“²⁴

Návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku podepisují všichni společníci a přikládá se k němu společenská smlouva, podle které se řídí práva

²⁴ *Obchodní korporace: zákon o obchodních korporacích a další zákony: přeměny obchodních společností a družstev, nabídky převzetí, transparentnost akciových společností, Evropské hospodářské zájmové sdružení, evropská společnost, evropská družstevní společnost, státní podnik : všechny prováděcí předpisy k zákonům. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ. ISBN 978-80-7488-203-6. Část I., Hlava II., §95-96.*

a povinnosti společníků. Společenská smlouva musí obsahovat firmu společnosti, určení společníků uvedením firmy, nebo názvu a sídla právnické osoby, nebo jména a bydliště fyzické osoby, a dále předmět podnikání společnosti. Statutárním orgánem společnosti jsou všichni společníci. Společenská smlouva může určit, že statutárním orgánem jsou pouze někteří společníci nebo pouze jeden z nich. Je-li statutárním orgánem více společníků, pak je oprávněn jednat jménem firmy každý z nich samostatně, pokud to není stanoveno jinak ve společenské smlouvě.²⁵

Společník, který do společnosti přistoupil, automaticky ručí i za závazky vzniklé před jeho přistoupením do společnosti. Může však požadovat od ostatních společníků plnou náhradu za poskytnuté plnění. Pokud zanikne účast společníka za trvání společnosti, tak ručí jen za závazky vzniklé ještě před zánikem jeho účasti ve společnosti. Společník nemůže po společnosti vyžadovat, aby mu byl vyplacen podíl nebo aby bylo mezi společníky rozděleno jmění.²⁶

Společnost se zrušuje výpovědí společníka, smrtí společníka, zánikem společníka právnické osoby, dnem právní moci rozhodnutí soudu o zrušení společnosti, o prohlášení konkursu na majetek některého ze společníků, nebo o rozhodnutí schválení oddlužení některého ze společníků, dále pravomocným nařízením výkonu rozhodnutí postižením podílu nebo exekučního příkazu k postižení podílu, vyloučením společníka, anebo jinými důvody, které jsou určeny ve společenské smlouvě.²⁷

²⁵ Tamtéž. §97-110.

²⁶ Tamtéž. §110-112.

²⁷ Tamtéž. §113-117.

Výhody

- Počáteční kapitál není nutností.
- Zisk podléhá pouze dani z příjmu fyzických osob.
- Snadný přístup k cizímu kapitálu.

Nevýhody

- Neomezené ručení přináší vysokou míru rizika.
- K založení jsou potřeba minimálně dva společníci.
- Společníci mezi sebou mohou při vedení společnosti přicházet do konfliktních situací.
- Pro společníky platí zákaz konkurence.

Komanditní společnost

Komanditní společnost je společnost, v níž jeden nebo více společníků ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného v obchodním rejstříku (komanditista) a jeden nebo více společníků ručí celým svým majetkem (komplementář). Komplementářem může být jen ta osoba, která splňuje všeobecné podmínky provozování živnosti podle zvláštního právního předpisu, a u které není dána překážka k provozování živnosti stanovená zvláštním právním předpisem bez ohledu na předmět podnikání společnosti. Název společnosti musí obsahovat označení „komanditní společnost“, nebo může použít zkratky „kom. spol.“ nebo „k.s.“. Pokud obsahuje název společnosti jméno komanditisty, tak tento komanditista ručí za závazky společnosti jako komplementář.²⁸

Návrh na zápis komanditní společnosti do obchodního rejstříku podepisují všichni společníci. K němu se přikládá společenská smlouva, která musí obsahovat: název a sídlo společnosti, určení společníků uvedením firmy, nebo názvu a sídla právnické osoby, nebo jména a bydliště fyzické osoby, dále předmět podnikání, určení,

²⁸ *Obchodní korporace: zákon o obchodních korporacích a další zákony: přeměny obchodních společností a družstev, nabídky převzetí, transparentnost akciových společností, Evropské hospodářské zájmové sdružení, evropská společnost, evropská družstevní společnost, státní podnik : všechny prováděcí předpisy k zákonům. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ. ISBN 978-80-7488-203-6. Část I., Hlava III, §118.*

kteří ze společníků jsou komplementáři a kteří komanditisté, a výši vkladu každého komanditisty.²⁹

Statutárním orgánem společnosti jsou komplementáři, ti mají také oprávnění jednat jménem společnosti samostatně, pokud to společenská smlouva neurčuje jinak. Společenská smlouva může stanovit jako statutární orgán pouze některé z komplementářů. Zisk a ztráta se dělí mezi společnost a komplementáře. Komplementáři si část zisku a ztráty dělí mezi sebe rovným dílem, zatímco komanditisté si část zisku rozdělují po zdanění v poměru jejich podílů. Ztrátu komanditisté nenesou, pokud společenská smlouva neurčí jinak. Pokud je v ní uvedeno, že za dluhy společnosti ručí i komanditisté, pak je tento závazek stanoven maximálně do výše komanditní sumy. Ta se stanovuje ve společenské smlouvě a nelze ji sjednat nižší, než je vklad komanditisty.³⁰

Výhody

- Není potřeba vysoký počáteční kapitál.
- Komplementáři mají zdanění ve výši daně z příjmu FO.
- Komanditista může nahlížet do účetních knih a zmocnit auditora ke kontrole účetní závěrky.

Nevýhody

- Neomezené ručení komplementářů.
- Administrativně náročnější vznik.
- Nutnost sepsání společenské smlouvy.
- Možnost rozpor mezi komanditisty a komplementáři.

²⁹ Tamtéž. §124.

³⁰ Tamtéž. §125-131.

1.2.3 Družstvo

Družstvo je společenstvím neuzavřeného počtu osob založeným za účelem vzájemné podpory svých členů popř. třetích osob, nebo za účelem podnikání. Firma družstva musí obsahovat označení „družstvo“ a musí mít nejméně tři členy. Družstvo je právnickou osobou a za porušení svých závazků odpovídá celým svým majetkem. Členové neručí za závazky družstva.³¹

Družstvo se zakládá ustavující schůzí, která přijme stanovy družstva, zvolí členy orgánů družstva a schválí způsob splnění základního členského vkladu, popř. i vstupního vkladu. Po schválení stanov schvaluje ustavující schůze seznam zakladatelů. Zakladatel splní vkladovou povinnost k základnímu vkladu nejpozději do 15 dnů ode dne konání schůze, jinak se nestane členem. Stanovy družstva musí obsahovat: firmu družstva, předmět podnikání nebo činnosti, výši základního členského vkladu, popř. vstupního vkladu, způsob a lhůtu jejich splacení při vstupu nového člena, dále způsob svolání členské schůze a pravidla jejího rozhodování, počet členů.³²

Základní kapitál družstva tvoří souhrn členských vkladů, k jejichž splacení se zavázali členové družstva. Určí-li tak stanovy, může se člen podílet na základním kapitálu jedním nebo více dalšími členskými vklady. Výše základního členského vkladu je pro všechny členy stejná, nicméně výše dalších členských vkladů se může pro jednotlivé členy lišit. Stanovy určují výši základního kapitálu družstva, který se zapisuje do obchodního rejstříku.³³

Orgány družstva jsou členská schůze, představenstvo a kontrolní komise. Každý člen družstva má při hlasování 1 hlas. Členská schůze (schůze členů družstva) je nejvyšším orgánem družstva. Schází se ve lhůtách určených stanovami, nejméně však jednou za rok. Členská schůze musí být svolána, požádá-li o to písemně minimálně jedna třetina všech členů družstva a kontrolní komise. Člen družstva může písemně

³¹ *Obchodní korporace: zákon o obchodních korporacích a další zákony: přeměny obchodních společností a družstev, nabídky převzetí, transparentnost akciových společností, Evropské hospodářské zájmové sdružení, evropská společnost, evropská družstevní společnost, státní podnik : všechny prováděcí předpisy k zákonům. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ. ISBN 978-80-7488-203-6. Část I., Hlava VI, §552.*

³² *Tamtéž. §553-561.*

³³ *Tamtéž. §563-565.*

zmocnit jiného člena družstva nebo jinou osobu, aby jej na členské schůzi zastupovala.³⁴

Jak dále uvádí zákon, představenstvo řídí činnost družstva a rozhoduje o všech záležitostech družstva, které nejsou tímto zákonem nebo stanovami vyhrazeny jinému orgánu. Je statutárním orgánem družstva a plní usnesení členské schůze a odpovídá jí za svou činnost. Navenek zastupuje představenstvo předseda nebo místopředseda. Předseda družstva organizuje a řídí jednání představenstva. Určí-li tak stanovy, organizuje a řídí i běžnou činnost družstva. Stanovy mohou určit, že běžnou činnost družstva organizuje a řídí ředitel jmenovaný a odvolávaný představenstvem.

Výhody

- Členové neručí za závazky družstva.
- Jednoduché vstoupení a vystoupení členů z družstva.
- Členové družstva mají rovné postavení.

Nevýhody

- Povinnost vytváření nedělitelného fondu.
- Pro založení družstva je třeba vyšší počet členů.
- Zisk družstva je zdaněn daní z příjmů právnických osob.
- Vyplacené podíly na zisku jsou dále zdaněny srážkovou daní.

³⁴ *Tamtéž. §629-640.*

1.2.4 Kritéria volby právní formy podnikání

Mezi nejdůležitější kritéria, která ovlivňují volbu právní formy podnikání, můžeme zařadit: výši základního kapitálu, počet osob potřebných k založení firmy, obtížnost a právní náležitosti založení, finanční výdaje na založení, právní regulace činnosti, ručení podnikatele za závazky vzniklé podnikatelskou činností, obor činnosti, míru vlastní angažovanosti a odpovědnosti, daňové aspekty, požadavky na vedení účetnictví.

Pro založení svého podniku bych jako nejvhodnější právní formu volila živnost. Její založení je jednoduché a levné, činnost se dá kdykoliv zrušit, pozastavit nebo rozšířit a není vyžadován základní kapitál. Odbornou způsobilost mi zaručil dlouholetý kamarád, který má výuční list i několikaletou praxi v oboru. Já jako podnikatel budu pánem svého času, a sama se budu rozhodovat o provozu a budoucnosti svého podniku. Výhodou je také to, že pro provozování živnosti stačí vedení daňové evidence a zisk je sražen pouze daní z příjmů fyzických osob. Hrozby a příležitosti této právní formy jsou popsány ve SWOT analýze. (viz příloha č. 1)

2 Analýza podnikatelského prostředí

Důležitou roli v podnikání hraje okolí podniku. Jak uvádí M. Karlíček, podnikání souvisí s rozhodnutími, která se činí na základě určitých okolností v podnikatelském prostředí, které se více či méně mění. Tyto změny je potřeba vnímat pozitivně a snažit se jim přizpůsobit. Faktory, které podnik ovlivňují, můžeme rozdělit na dva tábory. Ty, které mají užší vazbu k firmě, jako jsou zákazníci, dodavatelé, konkurenti a distributoři, jsou označovány jako mikroprostředí. Oproti tomu makroprostředí vyjadřuje širší rámec podnikání, a to můžeme rozdělit na hospodářské, politicko-právní, technické, geografické a sociálně-kulturní.³⁵ Každá sféra naše podnikání ovlivňuje, i když nelze specificky určit, zda více, či méně, protože jednotlivé sféry spolu souvisí a prolínají se. Do jisté míry může i podnik ovlivňovat svoje okolí. V následujících dvou podkapitolách analyzuji, v jakém prostředí se nachází můj podnik a jaký to má na něj dopad. Též jsem vypracovala SWOT analýzu podnikatelského okolí mého podniku. (viz příloha č.2)

³⁵ KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5. S. 38-40.*

2.1 Makroprostředí

2.1.1 Hospodářské vlivy

Pod pojmem hospodářské okolí podniku si můžeme představit pojmy jako HDP, nezaměstnanost, inflace, produktivita práce, výše úrokových sazeb, daně, platební bilance. Je to celková ekonomická situace státu, ve kterém náš podnik sídlí, popř. států, se kterými spolupracuje. V podniku hrají významnou roli, protože určují a ovlivňují výši zisku z podnikání. Stát nám udává pravidla, podle kterých můžeme hospodařit; např. jaké je daňové zatížení, jaká je minimální mzda, jaké jsou podmínky pro podnikatele.

Situace na trhu říká:

- jaké jsou podmínky pro získání úvěru a za jakou cenu (úrokové sazby)
- jaká je výše inflace, což je „proces postupného znehodnocování měny (klesá kupní síla peněžní jednotky) v důsledku růstu cen“³⁶
- jaká je kupní síla obyvatel (tj. kolik jsou ochotni zaplatit za naše zboží/služby)
- jaká je nezaměstnanost

V současné době je na trhu práce největším problémem nezaměstnanost, která se v ČR pohybuje v posledních letech na velmi nízké úrovni. Podle Českého statistického úřadu byla obecná míra nezaměstnanosti za první čtvrtletí roku 2018 2,4%. Vývoj zaměstnanosti a nezaměstnanosti ukazuje tabulka. (viz příloha č. 3) Situace se obrátila. Dříve se lidé uplatnitelní na trhu práce snažili získat jakoukoliv pracovní příležitost, dnes se musí snažit firmy, aby získaly zaměstnance na svou stranu. Aby firma potenciálního nového zaměstnance se svou nabídkou oslovila, musí ho i náležitě odměnit, a to nejen finančně, ale i formou nejrůznějších benefitů.

S tím souvisí i zvýšení minimální mzdy, která se podle údajů Ministerstva práce a sociálních věcí od roku 1991, kdy byla zavedena, zvýšila z původních 2.000 Kč na současných 12.200 Kč,³⁷ (viz příloha č. 4) a navýšení průměrné hrubé mzdy, která v roce 2018 v současné době pohybuje, podle údajů z Českého statistického úřadu, na

³⁶ HÁJEK, Ladislav. *Ekonomie a ekonomika*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. ISBN 978-80-7435-013-9. S. 103.

³⁷ Portál ministerstva práce a sociálních věcí [online]. Dostupné z: [<https://www.mpsv.cz/cs/871>].

30.125 Kč.³⁸ Vývoj průměrné hrubé mzdy od roku 2000 do 1. čtvrtletí roku 2018 znázorňuje graf. (viz příloha č. 5)

Jelikož i my se budeme v našem podniku potýkat s nedostatkem kvalifikované pracovní síly, budeme tuto situaci řešit podobně jako ostatní firmy. Uspořádáme nábor brigádníků, a to studentů středních a vysokých škol, nebo absolventů středních škol, které sami zaškolíme a zaučíme. I v pohostinství se zvedla průměrná hodinová mzda, brigádní síla je však pro podnik výhodnější než zaměstnanec na hlavní pracovní poměr. Brigádníci dostanou za svou práci odměnu v odpovídající výši hodinové mzdy, vedle toho i ve formě benefitů, jako např.: káva za cenu nákladů, ostatní sortiment se slevou 15-30%, dýška, pořádání team-buildingových akcí a školení, exkurze v hradecké pražírně, a mnoho dalšího.

2.1.2 Politicko-právní vlivy

Významnou roli udává i politicko-právní okolí podniku. Podnikání je regulováno státem pomocí legislativy. Některé trhy jsou regulovány více, jiné méně. Při porušení legislativních podmínek hrozí podnikateli pokuta, zákaz činnosti nebo dokonce trest vězení. Provoz kavárny je do jisté míry legislativně zatížen, ale nemá žádná výrazná omezení, oproti jiným podnikatelským činnostem. Povinnosti související se založením a provozováním živnosti viz kapitola 1.2.1.

2.1.3 Technologické vlivy

Díky technologickému vývoji dnes můžeme navštěvovat kavárny. Jak uvádí Veselá, první pokusy o vynalezení kávovaru se objevili již v 80. letech 19. století v Německu, kde byl vynalezen první parní přístroj na kávu. Stejně tak tomu bylo i o pár let později v Itálii, kde Angelo Moriondo vynalezl parní přístroj na přípravu dávkované kávy. V roce 1901 tento přístroj zdokonalil Luigi Bezzera tak, aby expresně připravil jeden šálek. O pět let později ho se svým partnerem představil na veletrhu Fierra

³⁸ Veřejná databáze ČSÚ [online]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=MZD01-A&z=T&f=TABULKA&skupId=855&katalog=30852&pvo=MZD01-A&evo=v208_!_MZD-LEG4_1].

di Milano. Byl to kávovar s názvem Ideale a světu se tak vůbec poprvé představil samotný pojem *caffè espresso*.³⁹

Tyto stroje se začali vyrábět, prodávat a zdokonalovat, později i modifikovat. V roce 1983 představila německá firma Krups tyto stroje i pro domácí použití. Posledním technologickým „převratem“ bylo, když švýcarská firma Nestlé získala patent na přípravu kapslového espressa pod značkou Nespresso.⁴⁰ Ty se ustálili také především jako vhodná forma pro domácí použití.

Od té doby jde vývoj stále dopředu. Pozornost je věnována především zdokonalování kávovarů a postupů při přípravě kávy. Velkou změnu zaznamenal i technologický vývoj v oblasti sklízení a pražení kávy. Výrobci jsou schopni více sklídit a více prodat. Trendem techniky v oblasti kavárenství se staly „3D tiskárny“, které umí na šálek cappuccina „vytisknout“ nahraný obrázek nebo fotografii. Nicméně na evropském trhu ještě není tato technologie zcela rozšířená.

2.1.4 Geografické vlivy

Z geografického hlediska se nacházíme v centru statutárního města Hradce Králové. Je to metropole Královehradeckého kraje, který leží na východě Čech v České republice, kterou můžeme považovat za srdce Evropy. Na podnik to má dopad zejména v logistice. V okolí je dostatek dalších subjektů, díky kterým můžeme lehce získat zboží a vybavení potřebné pro chod podnikání a snadno ho do podniku dopravit. To, že je podnik situován přímo v centru podporuje i fakt, že se zde nachází spousta potenciálních zákazníků, kteří mohou podnik navštívit.

³⁹ VESELÁ, Petra. *Knih o kávě: průvodce světem kávy s recepty na její přípravu*. Vydání první, čtvrtý dotisk. Praha: Smart Press, 2015. ISBN 978-80-87049-34-1. S. 46-47.

⁴⁰ Tamtéž. S. 47.

2.1.5 Sociálně-kulturní vlivy

S tím souvisí demografický pohled na věc. Královehradecký kraj čítal k 1. 1. 2018 celkem 551 089 obyvatel (podle Českého statistického úřadu). Z toho 271430 mužů a 279659 žen. V Hradci Králové je velikost populace 92917. Z toho 47,5% mužů a 52,5% žen v produktivním věku.⁴¹ To jsou naši potenciální zákazníci. Jelikož je v Hradci Králové velká nabídka pracovních míst, lidé sem dojíždějí i z okolních měst za prací, což dále rozšiřuje potenciální skupinu zákazníků. Hradec Králové je zároveň i univerzitní město. Jenom Hradecká univerzita čítá přibližně 8500 studentů, což je naše cílová skupina.

Demografie je ukazatel objemu a struktury společnosti. Každou společnost utváří jiné charakteristiky. Podle Karlíčka má společnost jako taková naučené určité vzorce chování, postoje, nepsaná pravidla, symboly a rituály, aj. hodnoty. Ty můžeme vyjádřit jako kulturu. Kulturní prostředí významně ovlivňuje nabídku i poptávku. Podnik se jí musí přizpůsobit a vycházet jí vstříc, aby byl na straně zákazníka. Kultura však není vrozená, každý se jí učíme prostřednictvím rodiny a společnosti. A také není stálá, naopak se neustále proměňuje a je potřeba s touto změnou držet krok.⁴²

Kávová kultura

Pokud bychom se měli zaměřit na kávovou kulturu v České republice, i ta prošla významnými změnami. Před rokem 1989 měli zákazníci na výběr pouze dva druhy kávy: mletou a nemletou. O jejím původu nebo kvalitě neměl nikdo ani tušení. Většinou si spotřebitelé kupovali kávu zrnkovou, kterou si mohli umlít na zanešeném mlýnku přímo v obchodě. Existence kaváren byla téměř nulová. Ty, které existovaly, byly zbytečně předražené a v podstatě podávaly pouze jeden druh tohoto nápoje.

Od té doby se naše společnost posunula od „turka“ k instantní kávě, ale začaly vyrůstat i kavárny, které uměly připravovat kávu pomocí kávovaru. Spousta baristů, kteří se začali o původ kávy a o její přípravu zajímat, se zasloužilo o vyzdvižení kávového průmyslu v České republice. Přejímali vědomosti od zbytku evropských

⁴¹ Veřejná databáze ČSÚ [online]. Dostupný z: [<https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=30852&katalog=30852&pvo=MZDD01-G&z=T>].

⁴² KARLÍČEK, Miroslav. Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5. S. 69-73.

zemí, které byly v tomto ohledu napřed. Navštěvovali země střední a jižní Ameriky, kde se na plantážích pěstuje rostlina kávovník, aby lépe pochopili způsob jeho pěstování a následného sklizení, třídění a pražení kávových zrn.

Původně se kávová zrna pražila podle italského stylu do černa. Je to z toho důvodu, že spousta zrn se sklízí průmyslově. Zrna kávovníku nedozrávají v celé rostlině najednou, ale postupně. Při sklizni sebere stroj všechna zrna; nezralá, dozralá i přezralá. Některá zrna mají defekty, například mohou být napadeny plísní, nebo jinak poškozeny, a nejsou kvalitní. Při pražení na nejvyšší stupeň (do černa) se tyto defekty skryjí a káva se dá prodat. Tento způsob pražení má za následek silnou a hořkou chuť kávy. V podstatě to zabije veškerou aciditu a rozmanité chutě, které kávová zrna z různých druhů kávovníků přirozeně obsahují.

Trendem dnešní doby je pražení středního stupně do hnědé barvy. Zrna v sobě ponechají přirozenou chuť i aciditu. Díky tomu můžeme rozpoznávat jednotlivé druhy kávy (např. z Kolumbie, Brazílie, Hondurasu, Peru, ...) a její chutě, které mohou připomínat ovocné tóny, nebo chuť čokolády, karamelu, marcipánu, oříšků, atd.

Dnes už si zákazník může připravit kávu i doma sám na domácím kávovaru, a to buď klasicky z umletých kávových zrn, která si koupí v lepší či horší kvalitě, anebo z kávových kapslí. Je třeba však dodat, že káva z kapslí nikdy není tak kvalitní a chutná. Nehledě na to, že kapsle jsou nerecyklovatelné a škodí životnímu prostředí. Stejně jako káva instantní se vyrábí z nekvalitních kávových zrn, která se vytřídí během procesu sklizení. Kvalitu kávy může ohrozit i fakt, že domácí kávovary nejsou napojeny na filtraci, což může způsobovat zanášení trubek uvnitř kávovaru, které jsou špatně přístupné pro čištění. Usazuje se tam vápník a kazí voda, což ohrožuje kvalitu kávy.

I přes to, že se kávová kultura v České republice posouvá neustále vpřed, je ještě spousta konzumentů, kteří nemají o procesu zpracování kávy (od pěstování, přes sklizeň, třídění, pražení, až po přípravu) ani ponětí. Spousta Čechů pije rozpustnou kávu, kávu z kapslí, z automatů, lacinou černou zrnkovou kávu, která je přepražená, atd. Chci, aby přínos mého podniku spočíval v tom, že se lidé naučí pít kvalitní a dobře připravenou kávu, budou lépe rozumět procesu zpracování kávy a budou znát rozdíl mezi jednotlivými druhy. Takový by mohl být dopad mého podniku na jeho okolí.

2.2 Mikroprostředí

2.2.1 Zákazníci

Zákazníci jsou nejdůležitější složkou blízkého okolí podniku, která podnik ovlivňuje. Zabezpečují podniku zisk a vytvářejí jeho image. O své zákazníky musí podnik pečovat tím, že bude uspokojovat jejich potřeby. Jak uvádí Karlíček, zákazníci mají k nákupu určitou motivaci. Tato motivace je hnána touhou po uspokojení potřeb, které lze podle A. Maslowa klasifikovat. Ten tyto potřeby rozlišil a dle jejich důležitosti je uspořádal do tzv. pyramidy potřeb.⁴³ (viz příloha č. 6) Níže se zaměříme na to, jaké druhy potřeb uspokojují naši zákazníci prostřednictvím našeho podniku.

Nejnižší v pyramidě stojí fyziologické potřeby, jako jsou: hlad, žízeň, teplo, spánek, sex. V naší kavárně uspokojují zákazníci hlavně potřebu žízně a hladu, vedle toho ale i potřebu tepla. Další v pořadí jsou potřeby bezpečnosti: bydlení, práce, zdraví, bezpečí, existenční záležitosti. Potřebu práce u nás uspokojují naši zaměstnanci, zdraví pak všichni ti, kteří si u nás objednají naše zdravé produkty. To, že zákazníci vyhledávají naši kavárnu, aby uspokojili své sociální potřeby, je více než stoprocentní. Patří mezi ně např.: přátelství, mezilidské vztahy, láska, potřeba někam patřit, atd. Je to místo, kde se můžete scházet s Vašimi přáteli, rodinou, anebo poznat nové lidi.

Mezi potřeby uznání patří: ocenění a respekt od ostatních, uspokojení z práce, kariéra, pochvala. Těch dosahují prostřednictvím kavárny hlavně naši zaměstnanci. Na vrcholu Maslowovy „pyramidy potřeb“ stojí potřeba seberealizace, pod čímž si můžeme představit např.: radost z dobře vykonané práce, být potřebný druhým, přínos a věnování času sobě sama, atd. Radost z dobře vykonané práce má jistě každý z našich zaměstnanců.

⁴³ KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání.* Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5. S. 41-42.

2.2.2 Konkurence

Podle Synka můžeme konkurenci charakterizovat jako soutěžení ekonomických subjektů o dosažení stejného cíle. Je to základ konkurenčního systému, který koordinuje vývoj celé ekonomiky.⁴⁴ Díky konkurenci se mezi spotřebitele dostává rozmanitější sortiment. Nově vznikající firmy se snaží najít své místo na trhu a svoje výrobky/služby klasifikují na určitou cílovou skupinu lidí. Snaží se od ostatních odlišit, a nabídnout svým zákazníkům něco navíc. V tom spočívá konkurenční výhoda. Firmy se předhánějí v boji o zákazníka tím, kdo nabídne lepší cenu a podmínky.

Podle Hájka rozlišujeme dva typy konkurence; cenovou a necenovou. Hlavním úkolem cenové konkurence je zabezpečit fakt, že na přechodnou dobu bude cena zboží daného výrobce nejnižší. Tím se výrobce snaží zničit svou konkurenci a přesunout zájem zákazníků na svou stranu, aby mohl tento trh ovládnout a v budoucnu ceny ovlivňovat.⁴⁵

Necenová konkurence se zaměřuje na servis spojený s prodejem výrobků, na jeho inovaci, propagaci, slevové akce, atd. Snaží se, aby byl produkt kvalitnější a technologicky vyspělejší. Firmy používají k získání zákazníka obě dostupné varianty. Kavárna Kavalír bude cenově srovnatelná s ostatními konkurenčními podniky, nicméně bude se snažit zaujmout hlavně necenovými faktory. Viz konkurenční výhoda.

Konkurence je v Hradci Králové poněkud rozsáhlá, proto jsem pro účely této bakalářské práce použila následující rozdělení:

- Přímá
 - Velké náměstí
 - Blízké okolí (centrum)
 - Vzdálené okolí (zbytek HK)
- Nepřímá
 - Restaurace na Velkém náměstí
 - Restaurace v blízkém okolí
 - Ostatní

⁴⁴ SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika. 5., přeprac. a dopl. vyd.* Praha: C.H. Beck, 2010. *Beckovy ekonomické učebnice.* ISBN 978-80-7400-336-3. S. 459.

⁴⁵ HÁJEK, Ladislav. *Ekonomie a ekonomika. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009.* ISBN 978-80-7435-013-9. S. 191.

Za přímou konkurenci považujeme pouze kavárny. Nejvíce nás ohrožují ty v bezprostředním okolí (Velké náměstí). Menší, ale stále významnou roli hrají kavárny v blízkém okolí – centrum HK. Nejmenší hrozbu představují kavárny v okrajových částech HK. Seznam konkurenčních firem je uveden v tabulce. (viz příloha č. 7)

Za nepřímou konkurenci považujeme restaurace, ve kterých kávu připravují, ale není to jejich hlavním produktem. Za ostatní nepřímou konkurenci považujeme rychlá občerstvení, samoobsluhy, kávové automaty, atd. Ty se vyznačují nekvalitní kávou, levnější cenou a vyhledává je jiná cílová skupina, než je ta naše. Nicméně i u naší cílové skupiny hrozí to, že bude tyto konkurenční produkty využívat jako substituty kvalitní kávy.

Konkurenční výhoda

Naše konkurenční výhoda spočívá v tom, že jako jediní připravujeme kávu z přesné dávky 9g čerstvě namleté kávy. Namletou kávu vážíme. To zabezpečí fakt, že připravené espresso je vždy kvalitní a chutná stejně. Oproti běžným kavárnám v Hradci Králové používáme přesnou terminologii a používáme moderní postupy v přípravě kávy. Zákazníkům se snažíme nejen vyhovět, ale v případě zájmu i vysvětlit:

- odkud naše káva pochází,
- jaké je její zpracování,
- jak probíhá pražení,
- jaké jsou druhy kávy a jaký je mezi nimi rozdíl,
- jaké postupy používáme při přípravě kávy,
- správnou terminologii kávových nápojů,
- jak má vypadat správné espresso a jaké jsou parametry jeho přípravy,
- jaký je rozdíl mezi různými druhy nápojů, které u nás můžou ochutnat,
- jak správně zacházet s mlýnkem, kávovarem a jeho příslušenstvím,
- jak čistit mlýnek, kávovar a jeho příslušenství, a jak často je to potřeba.

Každý barman v našem podniku tyto postupy zná, a umí je zákazníkovi vylíčit. Původ naší kávy netajíme a k těmto věcem jsme otevření. Snažíme se zákazníkům kávu přiblížit a celkově pozdvihnou kávovou kulturu v České republice, nebo alespoň v Hradci Králové. Bohužel, spousta barmanů ve městě sice s kávou pracuje, ale nezná

např. původ kávy, správnou terminologii, nečistí správně mlýnek, kávovar a jeho příslušenství, nebo se při přípravě dopouští chyb, atd. Takovému jednání se snažíme vyhnout a předcházet mu, a to pomocí správného zaškolení a následné kontroly.

Za další konkurenční výhodu považujeme brzkou otevírací dobu. Drtivá většina kaváren a restaurací na Velkém náměstí otevírá okolo desáté až jedenácté hodiny. Naše otevírací doba je od deváté hodiny ranní, nicméně po zavedení snídaní bude otevřeno již od 7:30. Každý den zavíráme v deset hodin večer, což je srovnatelné s ostatními podniky.

2.2.3 Dodavatelé a distributoři

Pro podnikání hraje významnou roli výběr dodavatelů, kteří zabezpečují přísun zboží a surovin. Dodavatele můžeme vybírat podle: ceny, kvality, způsobu dodání, možnosti objednávek, doby dodání, smluvních podmínek, možnosti reklamace, podpory prodeje, atd. Pro spolupráci si kavárna Kavalír bude vybírat hlavně podle kvality zboží. Snažíme se oslovit menší firmy, a to místní podnikatele z Hradce Králové a okolí. Dodávku kávy bude zabezpečovat hradecká pražírna Pepe Coffee, dorty a zákusky pocházejí od soukromníků, které je vyrábí jako „domácí“. Sortiment doplňkového prodeje jako jsou čaje, horké čokolády, pečené čaje, atd., zajišťuje jiný dodavatel. Ekologicky rozložitelné kelímky (na kávu a limonády) a další příslušenství bude zajišťovat nejmenovaná eko-firma z Hradce Králové. Alkoholické a nealkoholické nápoje vybíráme podle kvality a podle ceny a nakupujeme je ve velkoobchodech.

3 Návrh podnikatelského záměru

3.1 Popis podniku

Jedná se o sklepní kavárnu v historickém centru města Hradec Králové, která nese název Kavalír. (viz příloha č. 8) Název má připomínat slovo káva a navozovat pocit rovnováhy. Celý koncept je postaven na kvalitní kávě z místní hradecké pražírny Pepe Coffee (viz příloha č. 9) a domácí atmosféře. Veliká role se přisuzuje personálu. Kvalitně proškolený personál s pozitivním přístupem ke kávě, který profesionálně připravuje a servíruje nabízené produkty a zároveň se chová vstřícně k zákazníkovi, který je u něho na prvním místě, a snaží se vyhovět každému jeho přání, pokud je to v jeho kompetenci.

Provozovna se nachází na adrese Velké náměstí 164, 500 03 Hradec Králové. Jedná se o klenuté sklepní prostory v románském stylu. Výhoda těchto prostorů spočívá v tom, že zákazníci mohou navštívit klidné a zajímavé místo uprostřed rušného města. Z většiny je tvoří velká místnost se sezením, která má kapacitu až 30 míst, a s barem, za kterým se připravuje káva a ostatní nápoje. Součástí je také prostorná kuchyň, ve které se připravují ostatní produkty a skladují zásoby. Za hlavní místností se nacházejí toalety. Součástí prostor je i malý salonek, s rozšiřující kapacitou 4-6 míst, který se v případě potřeby může využít i pro jiné účely, například pro servírování rautu anebo jako zázemí pro zaměstnance. Nevýhodou je dlouhá chodba s točným schodištěm, která vede do útrob kavárny. Provozovna je již zkolaudovaná ke komerčním účelům pro provoz kavárny.

3.1.1 Poslání a cíle podniku

Naším posláním je nabízet prestižní a prvotřídní služby v oblasti kavárenství a přinášet našim zákazníkům kvalitní a poctivé produkty, vytvářet pohodlné, útulné a zároveň moderní přátelské prostředí. Toho bychom chtěli dosáhnout již zmíněným personálem a prodejem kvalitního zboží a služeb. Mezi naše hlavní cíle patří dostat se do povědomí zákazníků, vybudovat si a udržovat dobrou image. Po zavedení chceme rozšířit náš sortiment i služby. Mezi první krátkodobý cíl patří nabídka snídaňového menu, která se bude podávat každý všední den. Budoucím cílem je uspořádání degustačního festivalu kávy a školení o procesu zpracování kávy.

Etické zásady

Etika je jedním z důležitých aspektů podnikání. Posiluje mezilidské vztahy a posouvá je na vyšší úroveň a pomáhá je tam i udržovat. My jsme si toho plně vědomi, a proto to nebereme na lehkou váhu. Svým etickým chováním pomáháme ke vzájemné toleranci a respektu a k udržování dobrých mravů. Zde je základní etický kodex firmy:

- I.** Dodržujeme zákon.
- II.** Svě práci a svým výrobkům věnujeme řádnou péči a zaručujeme se za jejich bezpečnost a kvalitu.
- III.** Uvědomujeme si plně svou zodpovědnost – i jako celek, i jako jednatel.
- IV.** Zachováváme důvěrnost informací – ať už o našem know-how, informacích z vnitřku, informacích o zaměstnancích a o zákaznících.
- V.** Jednáme poctivě a v dobré víře.
- VI.** Chováme se ke všem spravedlivě – ke všem zákazníkům přistupujeme stejně, protože jsme si všichni rovni.
- VII.** Zákazník je u nás na prvním místě, chováme se k němu přívětivě a snažíme se uspokojit každé jeho přání.
- VIII.** Chováme se ekologicky.

3.1.2 Zaměstnanecká struktura

Jako každý podnik, i naše kavárna má organizační uspořádání. V čele podniku stojím já jako majitel, zároveň plním funkci manažera. Pode mnou jsou organizačně účetní a provozní, pod provozním jsou dále v hierarchii barmani. Účetní stojí mimo hierarchii, protože se ho netýkají běžné provozní záležitosti. Provozní zajišťuje běžný chod kavárny a má pod sebou hlavního barmana B1 a ostatní barmany B2. Každý z výše uvedených má rozdělené své povinnosti a pravomoci. Schéma organizační struktury.

(viz příloha č. 10)

Majitelka

Majitelka zastupuje firmu navenek, tj.: jedná s obchodními partnery, s realitní kanceláří, s bankami, s účetním, s úřady a s ostatními subjekty ve věcech, které se týkají chodu a provozu kavárny. Vede živnost a stará se o zajištění technického stavu provozovny. Vykonává manažerskou činnost: vede, odměňuje a motivuje zaměstnance, případně jim stanovuje náležitý trest při porušení pracovních povinností, připravuje plán směn a plán nákupu, rozhoduje o přijetí nového zaměstnance nebo odchodu stávajícího zaměstnance, navrhuje a řídí marketingový plán, předává účetnímu účetní podklady. Zároveň je schopna vykonávat barmanskou a provozní funkci. Umí připravit provozovnu k chodu, připravit kávu dle interních pravidel a obsluhovat zákazníky, udělat uzávěrku, uklidit a připravit provozovnu k uzavření a uzamknout ji. Ze své činnosti se nikomu nezodpovídá. Část svých pravomocí může v případě potřeby přenést na provozního, popř. na hlavního barmana.

Provozní

Provozní má na starost organizaci nákupu, objednávání zboží, kontrolu činností barmanů, kontrolu a zajišťování technických záležitostí. Ze své činnosti se zodpovídá majitelce. V případě potřeby může některé své pravomoci delegovat na B1. Při pověření majitelkou ji může ve výjimečných situacích zastupovat ve všech činnostech. Některé ze svých činností může delegovat na hlavního barmana B1, nebo na barmany B2. Zároveň má na starost barmany kontrolovat, vést je a zadávat jim práci, kterou sám dobře ovládá a zná a v případě potřeby ji může zastat. Provozní nesmí na barmany delegovat manažerské funkce, které mu zadala majitelka.

Hlavní barman

Je schopen sám připravit provozovnu k chodu. Umí připravovat veškeré nápoje i jídla z nabídky. Obsluhuje zákazníky a snaží se jim vyhovět v jejich přání. Připravuje i uzavírá provozovnu. Má na starost tým barmanů, kontroluje je a zadává jim práci. Dělá večerní uzávěrku. Má hmotnou i finanční odpovědnost za zboží a za utržené peníze. Tržbu za předchozí den ukládá do banky na podnikatelský účet majitelky. Některé ze svých činností může delegovat na barmany, nesmí na ně však delegovat provozní činnosti, které by mu zadal/a provozní.

Barmani B2

Tito barmani jsou zaměstnání jako brigádníci na dohodu o pracovní činnosti. Na směně mohou být pouze za přítomnosti hlavního barmana, provozního nebo majitelky. Jsou připraveni a schopni samostatně vykonat finanční uzávěrku, uzavření a úklid provozovny, avšak bez dohledu jim nadřízeného zaměstnance mohou tyto práce vykonávat sami pouze ve výjimečných situacích. Za normálních okolností slouží pouze jako výpomoc a pomocná síla hlavního barmana, kterému se zodpovídají ze své činnosti. Umí samostatně připravovat a servírovat veškeré nápoje a jídla z hlavní nabídky a obsluhovat zákazníky. Pokud se ve své činnosti osvědčí, mohou po určité době postoupit na pozici B1.

3.1.3 Činnost podniku

Hlavní činností podniku je hostinská činnost, která opravňuje (podle živnostenského zákona) k těmto činnostem:

- příprava a prodej nápojů,
- nákup, příprava a prodej zákusků a občerstvení,
- prodej doplňkových výrobků.⁴⁶

Těmito stěžejními činnostmi se bude podnik zabývat. Dále můžeme dle požadavků zákazníka zajistit prostory pro pořádání společenských soukromých

⁴⁶ Živnostenské podnikání: předpisy regulující podnikání : živnostenský zákon, živnostenské úřady, obsahové náplně živností, Hospodářská a Agrární komora ČR, podpora podnikání, uznávání odborné kvalifikace, podnikání v cestovním ruchu, zastavárny, volný pohyb služeb : velká novela živnostenského zákona od září 2017 : redakční uzávěrka 18.9.2017. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ: úplné znění. ISBN 978-80-7488-247-0. S. 132.

či pracovních událostí, večírků nebo oslav, připravit celkový catering, rauty a zajistit obsluhu pro tyto účely.

Produkty

Jelikož se jedná o kavárnu, hlavním produktem je káva, kterou nabízíme v 8 základních variantách. Jsou to ristretto, espresso, espresso macchiato, americano, cappuccino, caffè latte a flat white. K tomu se budou připravovat různé kávové speciality, jako např. ledová káva nebo káva s Baileys. Zákazník má možnost si ke kávě přidat polevu, skořici, nebo za příplatek sirup či sójové mléko. Ke kávě patří dorty a zákusky. V naší stálé nabídce budeme nabízet: mrkvový dort, Míša řezy, cheesecake, dortletky a kremrole. Stálou nabídku budeme doplňovat či obměňovat novými dezerty.

Dále nabízíme nealkoholické nápoje (čaje, horkou čokoládu, džusy, limonády, ...) i alkoholické nápoje (pivo, víno, vinné a pivní nápoje, lihový alkohol). Specialitou jsou míchané alkoholické drinky dle vlastní receptury.

Pro hladové zákazníky máme v nabídce fresh bagety ve dvou variantách: šunková bageta se sýrem, namazaná pomazánkovým krémem, doplněná salátem a zeleninou; nebo celozrnná bageta s rukolou a mozzarellou na bylinkovém másle, s pečenými rajčaty a černými olivami. Doplnkový sortiment tvoří různé druhy oříšků a olivy.

3.2 Marketingová strategie

Jak uvádí Ph. Kotler, marketing můžeme chápat jako soubor činností, které směřují ke směně zboží a služeb. Je to sociální a manažerský proces, díky kterému se dostávají komodity od výrobce, přes distributora až ke koncovému spotřebiteli. Lidé pomocí tohoto procesu získávají za směnu to, co potřebují, nebo po čem touží, aby uspokojili své potřeby.⁴⁷ Strategie je dlouhodobý plán činností zaměřený na dosažení nějakého cíle a umožňuje řídit vývoj podniku. Pak tedy marketingovou strategií můžeme rozumět dlouhodobé vytyčení cílů podniku, jejich plánování a uskutečňování podle možností podniku, které má za úkol přilákat zákazníky a zabezpečit tak skutečnost, že podnik bude generovat zisk a dlouhodobě prosperovat.

3.2.1 Oslovení cílové skupiny

Pro nastavení správné marketingové strategie je nejprve zapotřebí stanovit si cílovou skupinu spotřebitelů, pro které je produkt určen. V našem případě jsou cílovou skupinou zejména studenti středních a vysokých škol v Hradci Králové a ženy v produktivním věku, které žijí nebo pracují v Hradci Králové a okolí. Na cílovou skupinu studentů se zaměříme zejména pomocí sociálních sítí v podobě propagace pomocí facebookových stránek a Instagramu. Sledující se budou moci zúčastnit speciálních akcí a slev a budou informováni o dění v kavárně a o novinkách. Studenti s platným průkazem ISIC budou moci využívat 10% slevu na veškerý sortiment.

Další cesta k oslovení studentů je letáčková kampaň. Bude sloužit zejména první dva měsíce podnikání. Jelikož otevíráme na začátku školního roku, můžeme oslovit nové i stávající studenty ve školách v Hradci Králové. Letáky umístíme na většinu středních a vysokých škol ve městě.

Pro to, abychom se dostali k cílové skupině žen, použijeme stejnou strategii. Letáčky se budou umisťovat do menších firem, které sídlí na Velkém náměstí, a do větších firem se sídlem nebo pobočkou v Hradci Králové (např. ČSOB, T-mobile, Comgate, a další).

⁴⁷ KOTLER, Philip. *Marketing v otázkách a odpovědích*. Brno: CP Books, 2005. ISBN 80-251-0518-0. S. 46.

V neposlední řadě hraje roli i přímý marketing, který zajistí obsluha komunikací se zákazníkem přímo v prostorách kavárny. Bude představovat, jaké produkty v kavárně nabízíme a bude je zákazníkům doporučovat.

Komunikační strategie

Jako další krok, který nás posune blíže k zákazníkům, bude uspořádání guerillové akce. První z nich se bude konat 3. září, což je první školní den školního roku 2018/2019. Každý student, který se prokáže platným studentským průkazem, dostane kombinaci kávy dle vlastního výběru a zákusku dle vlastního výběru za zvýhodněnou cenu.

Další guerillová akce bude probíhat dne 17. listopadu, což je státní svátek, den známý jako *Den boje za svobodu a demokracii*. Ve státní svátek mají volno studenti, ale i většina zaměstnaných. Naše kavárna nejen, že bude mít otevřeno, ale nabídneme každému zákazníkovi 50% slevu na jednu kávu dle vlastního výběru. Tímto krokem přilákáme stálé i nové zákazníky, kteří se k nám rádi vrátí.

3.2.2 Charakteristika produktů 4P

Charakteristika produktů 4P je součástí tzv. marketingového mixu. Jak uvádí Vochozka, marketingový mix soubor všech aspektů, které nedílně patří k produktu. Nejedná se pouze o samotný výrobek, ale i o jeho odpovídající cenu a umístění, o to, aby byl zákazník o výrobku dostatečně informován a aby se k němu výrobek dostal vhodnou formou distribuce. Nejstarší členění, které zavedl Phillip Kotler, zahrnuje marketingový mix jako tzv. 4P, pod kterým se skrývají čtyři anglická slova, která vyjadřují charakteristiku marketingového nástroje. Jsou to:

- Product (výrobek či služba)
- Price (cena)
- Promotion (podpora prodeje, propagace, komunikace)
- Place (umístění, distribuce).⁴⁸

Pro charakteristiku 4P jsem ze sortimentu kavárny vybrala následující 3 produkty, které budou ve stálé nabídce, a to: kávu, zákusky a fresh bagety.

⁴⁸ VOCHOZKA, Marek a Petr MULAČ. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada, 2012. *Finanční řízení*. ISBN 978-80-247-4372-1. S. 412.

Hlavním produktem je kvalitní káva z hradecké pražírny Pepe Coffee. Každou kávu připravujeme profesionálně a s láskou. Jedno espresso je připraveno z 9g čerstvě umleté kávy. Cena jednoho espressa je 42 Kč. Ke každé kávě se podává zdarma mléko, sklenka vody, třtinový cukr, bílý cukr a jedna balená žvýkačka s logem kavárny. Už samotná vizáž je formou propagace. Stejně tak propaguje kávu obsluha, a to způsobem, kterým komunikuje se zákazníkem a jak ji zákazníkovi servíruje. Místo distribuce je kavárna Kavalír, avšak kávu si může zákazník odnést i s sebou, a to kamkoliv v papírovém kelímku s logem kavárny. Kávu budeme propagovat, mimo kavárnu (na nápojovém a jídelním lístku a speciální vývěsce), pomocí sociální stránky Facebook a pomocí letáků s aktuálními výhodnými nabídkami.

Všechny zákusky se prodávají přímo v kavárně, propagovat je budeme na jídelním lístku, ve výstavní chladící vitríně, pomocí obsluhy a dále na sociálních sítích. Na přání zákazníka mu můžeme produkt zabalit s sebou. Dostupné jsou tyto druhy: Míša řez 45 Kč/ks, mrkvový dort 58 Kč/ks, dortletka a kremrole 25 Kč/ks, cupcake 39 Kč/ks. V kombinaci s kávou se budou ve vybraném čase nabízet zákusky za zvýhodněnou cenu.

Fresh bagety nabízíme prozatím ve dvou podobách:

- šunková bageta se sýrem, namazaná pomazánkovým krémem, doplněná salátem a zeleninou,
- celozrnná bageta s rukolou a mozzarellou na bylinkovém másle, s pečenými rajčaty a černými olivami.

Každá bageta, která se v kavárně prodává, stojí 39 korun a je propagována hlavně na sociálních stránkách a komunikací barmana se zákazníkem, dále na jídelním lístku a vývěsní tabuli.

4 Finanční plán

Finanční plán popisuje hospodaření podniku a jeho financování. Jeho vytvoření je nedílnou součástí při založení nového podniku, nebo potřebě zhodnocení finanční situace již existujícího podniku. Pokud zakládáme nový podnik, důležitou součástí finančního plánu je zakladatelský rozpočet. Jak uvádí Veber a Srpová, sestavení zakladatelského rozpočtu by mělo pomoci specifikovat a kvantifikovat finanční prostředky, které jsou potřebné k zahájení podnikání. Nejprve je zapotřebí stanovit výši počátečních nákladů a k tomu potřebného počátečního kapitálu. To je stanoveno v počáteční rozvaze.⁴⁹

Druhou částí finančního plánu je rozpočet běžného financování. Ten ukazuje předpokládané příjmy, výdaje a hospodářský výsledek běžného období podnikatelské činnosti. Díky němu můžeme určit, jak firma bude schopna hospodařit a za jak dlouho se nám vrátí vložený kapitál. Strukturu tohoto finančního plánu tvoří vedle počáteční rozvahy také bod zvratu, analýza mzdových nákladů, struktura příjmů a výdajů, konečná rozvaha podniku. Jejich vypracování nám pomůže odhalit životaschopnost podniku a jeho budoucí vývoj.

⁴⁹ VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd.* Praha: Grada, 2012. *Expert (Grada)*. ISBN 978-80-247-4520-6. S. 93-95.

4.1 Zakladatelský rozpočet

K založení kavárny budeme potřebovat počáteční kapitál ve výši 200.000 korun. Bude sloužit na nákup potřebného vybavení a zboží. Tento kapitál pochází z vlastních rodinných zdrojů, cizí kapitál využit nebude. Sice ztratíme efekt finanční páky, ale alespoň tím předejdeme riziku zadlužení. Strukturu majetku na počátku podnikání ukazuje počáteční rozvaha.

*„Rozvaha je účetní výkaz, který podává přehled o majetku podniku v určitém okamžiku. Na levé straně rozvahy jsou aktiva firmy. Majetek, pomocí kterého podnik zajišťuje operativní chod výroby a prodeje. Na pravé straně výkazu jsou pasiva firmy a její vlastní jmění.“*⁵⁰ Neboli zdroje krytí majetku. Počáteční rozvaha kavárny Kavalír je znázorněna v tabulce. (viz příloha č. 11) Jelikož žádná z položek vybavení kavárny nepřekračuje výši pořizovací ceny 40.000 Kč, evidujeme tyto položky jako krátkodobý hmotný majetek.

4.1.1 Analýza počátečních nákladů

Ještě před tím, než se podnikání zahájí, musí být vynaložena určitá investice na přípravu provozovny k chodu. V prvním měsíci podnikání evidujeme náklady v celkové výši 169.000 Kč. Jsou to náklady na počáteční propagaci, odměna za práci elektrikářům a zedníkům + nákup materiálu, nákup zboží a vybavení (židle, stoly, lavice, příslušenství ke kávovaru, myčka, výrobník ledu, chladicí, vitrína na dorty, barová deska, světla, doplňky). Strukturu těchto nákladů znázorňuje graf. (viz příloha č. 12) Než se provozovna otevře, je třeba počítat také s některými fixními náklady (např. nájem, energie, ...), ty jsou rozebrány v kapitole 4.2.1

4.1.2 Bod zvratu

Jak uvádí např. J. Fotr, bodem zvratu rozumíme takovou hodnotu rizikového faktoru, při které projekt dosahuje nulového zisku (tj. bod, kdy výnosy projektu pokrývají právě jeho náklady). Nejčastěji se bod zvratu chápe z hlediska objemu produkce.⁵¹ Tj. kolik jednotek výrobku/služby musíme prodat, abychom se dostali na

⁵⁰ JINDŘICHOVSKÁ, Irena. *Finanční management*. V Praze: C.H. Beck, 2013. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-052-2. S. 208.

⁵¹ FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing, 2005. Expert (Grada). ISBN 80-247-0939-2. S. 156-157.

výši pokrytí počátečních nákladů. V našem případě dosahuje projekt nulového zisku na přelomu šestého a sedmého měsíce podnikání, kdy se z kumulované ztráty začíná tvořit zisk. Viz kapitola 4.2.3.

Pokud by měla být analýza bodu zvratu chápána jako základní ukazatel, podle kterého stanovíme minimální prodej běžného měsíce, ve kterém se vyskytují pouze fixní náklady (nikoliv počáteční nebo mimořádné), pak by pro tuto analýzu byl vybrán „výrobek“ espresso. Jeho prodejní cena činí 42 Kč a náklady na jeho výrobu jsou 9,5 Kč. Pro tyto účely byl tento náklad zaokrouhlen na 10 Kč jako pesimistická varianta, která zároveň slouží pro snadnější výpočet. Při stanovených fixních nákladech běžného měsíce musíme pro dosažení bodu zvratu prodat 2.396 porcí espressa, anebo vydělat více než 100.632 Kč měsíčně. Při přepočtu na dny dostáváme 80 porcí espressa denně, to je minimální denní tržba 3.360 Kč. (viz příloha č. 13)

4.2 Rozpočet běžného financování

Pro účely této bakalářské práce nebude brán zřetel na rozdíl mezi příjmy a výnosy, ani mezi náklady a výdaji. Je to z toho důvodu, že nemáme dlouhodobý hmotný majetek, který se odepisuje, nevedeme účetnictví, nejsme plátcí DPH a veškeré závazky splácíme k danému měsíci, ke kterému patří. Vznik pohledávek je nepravděpodobný, jelikož své zboží prodáváme rovnou koncovému spotřebiteli, nikoliv na fakturu. Jediný náklad, který zároveň není výdajem v daném měsíci, jsou daně. Tato skutečnost je však pro účely tohoto finančního plánu zanedbatelná.

4.2.1 Analýza mzdových nákladů

S běžným financováním souvisí vyplácení mezd zaměstnancům. Pro potřeby mého podniku jsem vytvořila analýzu mzdových nákladů pro tři zaměstnance. První z nich je provozní a je zaměstnán na hlavní pracovní poměr, další dva jsou barmani, a to studenti na dohodu o pracovní činnosti. V tabulce mzdových nákladů jsou znázorněny výše hrubé mzdy, superhrubé mzdy, odvodů na sociální a zdravotní pojištění za zaměstnance i za zaměstnavatele, slevy na dani a čistá mzda. V celkové výši bude podle předběžných plánů za tyto zaměstnance celkový náklad 46.900 Kč. Z toho mzdy 35.000 Kč, zdravotní pojištění 3.150 Kč a sociální pojištění 8.750 Kč. (viz příloha č. 14)

4.2.2 Analýza fixních nákladů

Fixní náklady, které zůstávají po celou dobu podnikání stejné, tvoří nájem, zálohy na energii, vodu a plyn, internet, pronájem kávovaru, kasa s platebním terminálem a již výše zmíněné mzdové náklady (které jsou fixní pouze pro účely tohoto plánu, jinak samozřejmě budou v jednotlivých měsících lišit). Jejich strukturu znázorňuje graf. (viz příloha č. 15)

4.3.3 Plán příjmů a výdajů

Když dáme dohromady všechny výše uvedené výdaje za jednotlivá období a určíme k nim odpovídající výši příjmů, stanovenou na základě bodu zvratu, získáme finanční plán příjmů a výdajů, neboli přehled financí a jejich vývoj v jednotlivých měsících. Struktura a výše těchto financí je znázorněna v tabulce. (viz příloha č. 16)

V letních měsících počítáme s nižší tržbou, protože je to období prázdnin, kdy studenti nechodí do školy, a dovolených, kdy jsou lidé mimo město. Velkým

konkurentem jsou v těchto měsících letní zahrádky, které lidé upřednostňují před uzavřenými prostorami. Naší konkurenční výhodou je sice v těchto měsících chladivé prostředí sklepních prostorů, ale nepočítáme s velkou návštěvností z již výše zmíněných důvodů. Naopak v zimních měsících jsem předpokládala tržby vyšší. Podle předpokládaného plánu by se měla kumulovaná ztráta dostat do zisku na přelomu měsíce února a března. Po roce provozu bychom mohli dosáhnout zisku 130.000 Kč. Vývoj znázorňuje graf. (viz příloha č. 17)

Podle celkových výsledků finančního plánu můžeme soudit, že i přes počáteční ztrátové hodnoty může podnik fungovat, rozvíjet se a generovat zisk.

Shrnutí výsledků

Tato bakalářská práce je zaměřena na založení a reálný provoz kavárny a vinárny Kavalír v Hradci Králové. V první kapitole charakterizovány klíčové pojmy, které úzce souvisejí s podnikatelským záměrem, dále jsou projednány jednotlivé právní formy podnikání, jejich náležitosti, principy vzniku a fungování, jejich výhody a nevýhody. Jako nejvhodnější volba právní formy podnikání se jeví pro potřeby tohoto podniku živnost, a to konkrétně živnost řemeslná; hostinská činnost. Tuto volbu potvrzují výhody a nevýhody uvedené v kapitole 1.2.1. a také SWOT analýza (viz příloha č. 2) vypracovaná k dané problematice.

V další kapitole byla provedena analýza makroprostředí a mikroprostředí okolí podniku. Byly zde charakterizovány jednotlivé vlivy, které na podnik působí, ať už z vnějšího či z vnitřního prostředí, a jejich dopad na podnik. U některých faktorů byly rozvedeny dřívější historické podmínky, anebo naopak nové trendy či aktuální problematika v této oblasti. Stanovila jsem, v jakém okolí se můj podnik nachází, zda je konkurenceschopný, jakou má konkurenční výhodu a zda je nějaká oblast, ve které může i podnik ovlivňovat svoje okolí.

Byly popsány stěžejní činnosti podniku, jeho poslání, cíle, etické zásady. Byla ustanovena zaměstnanecká struktura, stanovena marketingová strategie a představena cílová skupina podniku. Součástí této strategie jsou i komunikační kanály a cesty, které bude firma využívat, aby se dostala k potenciálním zákazníkům a probudila v nich zájem o produkt.

Ve finančním plánu byla určena počáteční výše nákladů, analýza bodu zvratu a analýza mzdových a fixních nákladů. Na základě bodu zvratu byl vypočten minimální měsíční příjem podniku, od kterého se pak odvíjel návrh možných příjmů podniku. Z těchto příjmů a výdajů za jednotlivé měsíce byl vyhotoven plán, který nám ukazuje finanční zdraví podniku. Díky tomuto plánu můžeme konstatovat, že založení podniku má budoucnost a i přes možná rizika je pravděpodobné, že si bude dařit dobře, bude se rozvíjet a bude stabilní.

Závěry a doporučení

Cílem mé bakalářské práce bylo přiblížení problematiky právní formy podnikání, a stanovení nejvhodnější právní formy pro potřeby daného podniku. Pro začínajícího podnikatele, který má vlastní zdroje financování a nehrozí u něho tak velké riziko zadlužení se, je živnost zcela vhodnou formou pro založení menšího podniku. Založení živnosti je levné, snadné a činnost se dá kdykoliv zrušit, či pozastavit. Nicméně příležitostí k rozšíření a jistotě do budoucna je založení společnosti s ručením omezeným. Nehledě na to, že podnikatel získá vyšší společenský status.

Pokud použijeme správnou marketingovou strategii a podaří se nám získat si cílovou skupinu, můžeme prostřednictvím našich produktů a služeb plnit tužby našich zákazníků a vytvářet pro ně příjemné a klidné místo pro setkávání s jejich kolegy, kamarády a rodinou. Tím budeme naplňovat poslání podniku přibližovat se k vytyčeným cílům (pořádání degustací a školení). Do budoucna by bylo vhodné tyto cíle přeměnit v pravidelné akce a tím rozšířit činnost podniku.

Díky zpracování podnikatelského prostředí a finančního plánu jsem došla k závěru, že tento podnik může být schopen samostatné existence a vykazovat zisk. I přes existenci faktu, že se na trhu v tomto odvětví vyskytuje silná konkurence, může být kavárna konkurenceschopná a obsadit na trhu své místo. Díky svým konkurenčním výhodám si může podnik danou pozici udržet, nebo do budoucna diverzifikovat své portfolio, popř. expandovat na jiné trhy. Proto jsem se rozhodla, že se (i přes možné riziko) vyplatí do podnikání vstoupit a podnik založit na základě tohoto vypracované podnikatelského záměru.

Seznam použitých zdrojů

Literatura

- [1] FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing, 2005. Expert (Grada). ISBN 80-247-0939-2.
- [2] HÁJEK, Ladislav. *Ekonomie a ekonomika*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. ISBN 978-80-7435-013-9.
- [3] JINDŘICHOVSKÁ, Irena. *Finanční management*. V Praze: C.H. Beck, 2013. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-052-2.
- [4] KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5.
- [5] KOTLER, Philip. *Marketing v otázkách a odpovědích*. Brno: CP Books, 2005. ISBN 80-251-0518-0
- [6] *Obchodní korporace: zákon o obchodních korporacích a další zákony: přeměny obchodních společností a družstev, nabídky převzetí, transparentnost akciových společností, Evropské hospodářské zájmové sdružení, evropská společnost, evropská družstevní společnost, státní podnik : všechny prováděcí předpisy k zákonům*. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ. ISBN 978-80-7488-203-6.
- [7] PORTER, Michael E. *Konkurenční strategie: Metody pro analýzu odvětví a konkurentů*. Praha: Victoria Publishing, 1994. ISBN 80-85605-11-2.
- [8] SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.
- [9] SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. A dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.
- [10] VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.
- [11] VESELÁ, Petra. *Kniha o kávě: průvodce světem kávy s recepty na její přípravu*. Vydání první, čtvrtý dotisk. Praha: Smart Press, 2015. ISBN 978-80-87049-34-1.
- [12] VOCHOZKA, Marek a Petr MULAČ. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada, 2012. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4372-1.

- [13] ZLÁMAL, Jaroslav a Jana BELLOVÁ. *Marketing: učební texty pro distanční studium*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. ISBN 978-80-244-3510-7.
- [14] *Živnostenské podnikání: předpisy regulující podnikání : živnostenský zákon, živnostenské úřady, obsahové náplně živností, Hospodářská a Agrární komora ČR, podpora podnikání, uznávání odborné kvalifikace, podnikání v cestovním ruchu, zastavárny, volný pohyb služeb : velká novela živnostenského zákona od září 2017 : redakční uzávěrka 18.9.2017*. Ostrava: Sagit, 2017. ÚZ: úplné znění. ISBN 978-80-7488-247-0.

Internetové zdroje

- [15] <https://www.czso.cz/>
- [16] <https://www.mpsv.cz/cs/>
- [17] <https://www.citace.com/>
- [18] <https://www.zakonyprolidi.cz/>
- [19] <https://halek.info/>
- [20] <https://www.uhk.cz/cs-CZ/UHK>

Příloha č. 1:

SWOT analýza výběru právní formy podnikání.

Silné stránky:

Podnikatel je pán svého času
Zisk je sražen pouze daní z příjmů FO
Není povinností vést účetnictví
Nízké náklady na založení

Slabé stránky:

Nízká důveryhodnost
Nízká šance na získání cizího kapitálu

Příležitosti:

Možnost změny právní formy podniku na s.r.o.
Možnost rozšíření živnosti

Hrozby:

Zadlužení
Nedostatečný kapitál
Nenaplnění původní přestavy
Ztráta zapálení do podnikání

Zdroj: vlastní zpracování

SWOT analýza postavení podniku v jeho podnikatelském prostředí.

Silné stránky:

Soustředíme se na vybraný druh zboží
Známe své zákazníky a jejich potřeby
Zaměstnáváme kvalitní personál

Slabé stránky:

Pokrýváme malé procento trhu
Nemáme stabilní pozici na trhu
Jsme nováčci na trhu

Příležitosti:

Možnost expanze
Posílení kávové kultury v HK
Možnost dивezifikace portfolia
Vytvoření dobré image
Vybudování pozice na trhu

Hrozby:

Finanční krize
Silná konkurence
Nahrazení substituty
Přesunutí centra dění

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 3:

Míra zaměstnanosti, nezaměstnanosti a ekonomické aktivity za rok 2017 a první čtvrtletí roku 2018.

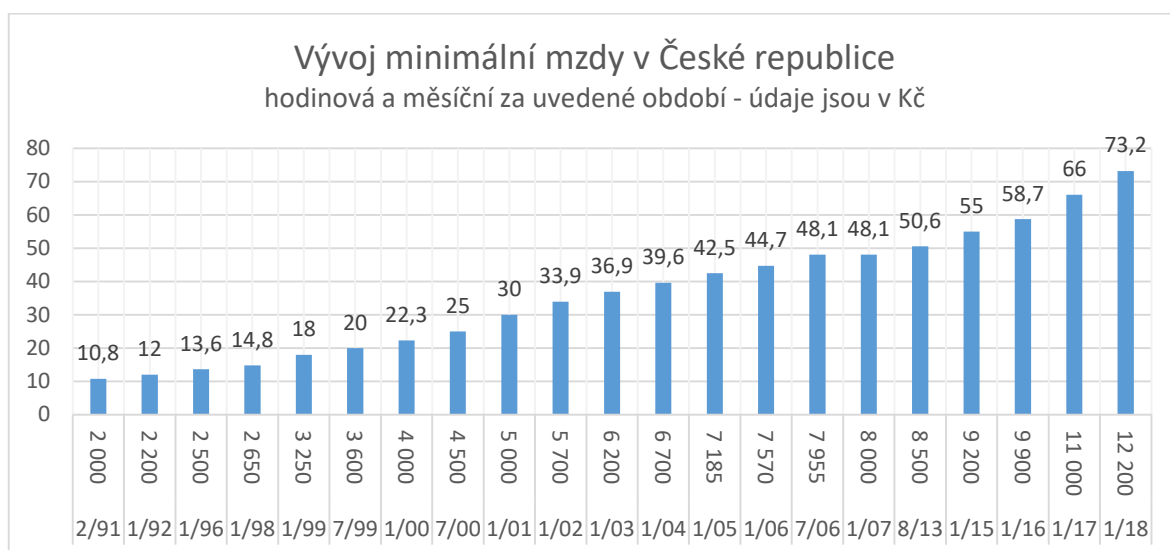
Ukazatel	1. čtvrtletí 2017	2. čtvrtletí 2017	3. čtvrtletí 2017	4. čtvrtletí 2017	1. čtvrtletí 2018
Míra zaměstnanosti (%)	57,9	58,2	58,9	58,9	58,8
Obecná míra nezaměstnanosti (%)	3,4	3,0	2,8	2,4	2,4
Míra ekonomické aktivity (%)	59,9	60,0	60,6	60,4	60,3

Zdroj: Český statistický úřad

Dostupný z: <https://www.czso.cz/csu/czso/prumerna-hruba-mesicni-mzda-graf>

Příloha č. 4:

Vývoj minimální mzdy v období let 1991-2018.



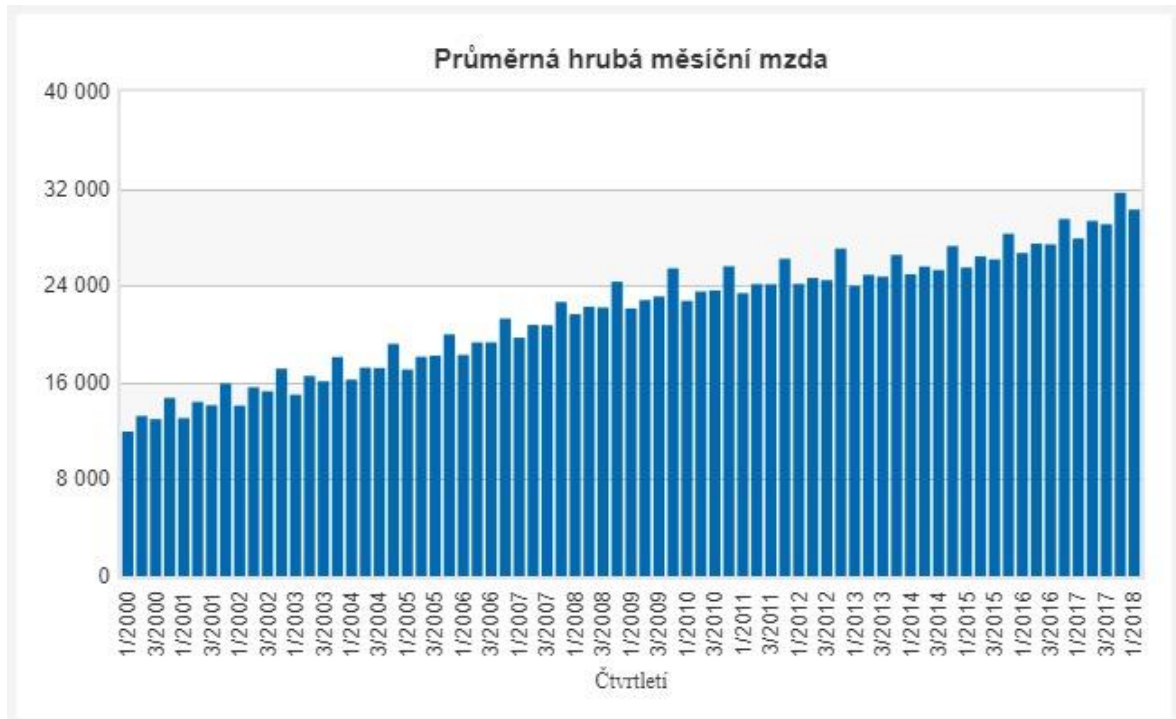
Zdroj: Český statistický úřad

Dostupný z: <https://www.czso.cz/csu/czso/prumerna-hruba-mesicni-mzda-graf>

Zpracování: vlastní

Příloha č. 5:

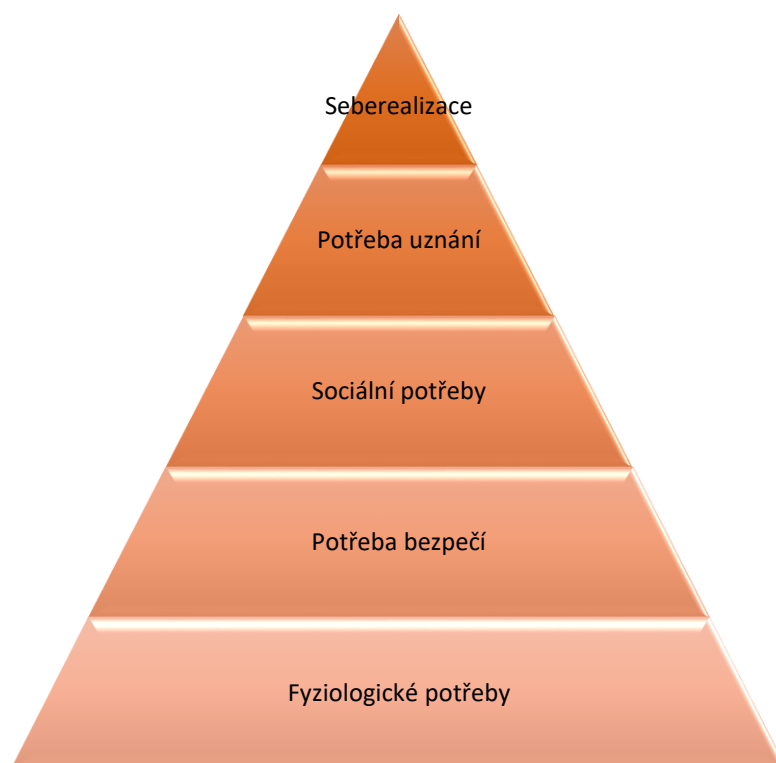
Vývoj průměrné hrubé měsíční mzdy za období od 1. čtvrtletí roku 2000 do
1. čtvrtletí roku 2018



Zdroj: Český statistický úřad

Dostupný z: <https://www.czso.cz/csu/czso/prumerna-hruba-mesicni-mzda-graf>

Příloha č. 6:
Pyramida potřeb podle A. Maslowa.



Zdroj: vlastní zpracování

PŘÍMÁ KONKURENCE V HRADCI KRÁLOVÉ		
Kavárny, cukrárny, café bary		
Velké náměstí	Blízké okolí (centrum)	Ostatní
① Café Na kole	① Kavárna pod Eliškou	① Kraft
② Tattoo Cafe bar & HK INK Studio	② Salieri Café	② Lógr
③ Kavárna Gabriela	③ Café Boulevard	③ Literární kavárna KMHK
④ Rosso di Sera	④ Torino coffee	④ Cona Coffee
⑤ Rychlý kafe	⑤ Assenza Café & Tapas	⑤ Costa Coffee
⑥ Hradecká kavárna	⑥ NĀPLAVKA café & music bar	⑥ Café Level
⑦ Kavárna a creperie U Lišáka	⑦ CrossCafe	⑦ Caffé Trieste
⑧ Paradise bar	⑧ Kavárna Vozáb	⑧ Petrof Café
	⑨ Café Local	⑨ Starbucks
	⑩ Kavárna Muzeum	⑩ Tchibo
	⑪ MLSOUNova kavárna a vinárna BOROMEUM	
	⑫ Kafekára	
	⑬ Artičok	
	⑭ Diverse Cafe	
	⑮ Coffee Amor	
	⑯ Kavárna Radioclub	
	⑰ Coffee Čtyřlístek	
	⑱ Rotunda Lounge Café	

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 8:
Logo kavárny Kavalír.



Zdroj: vlastní

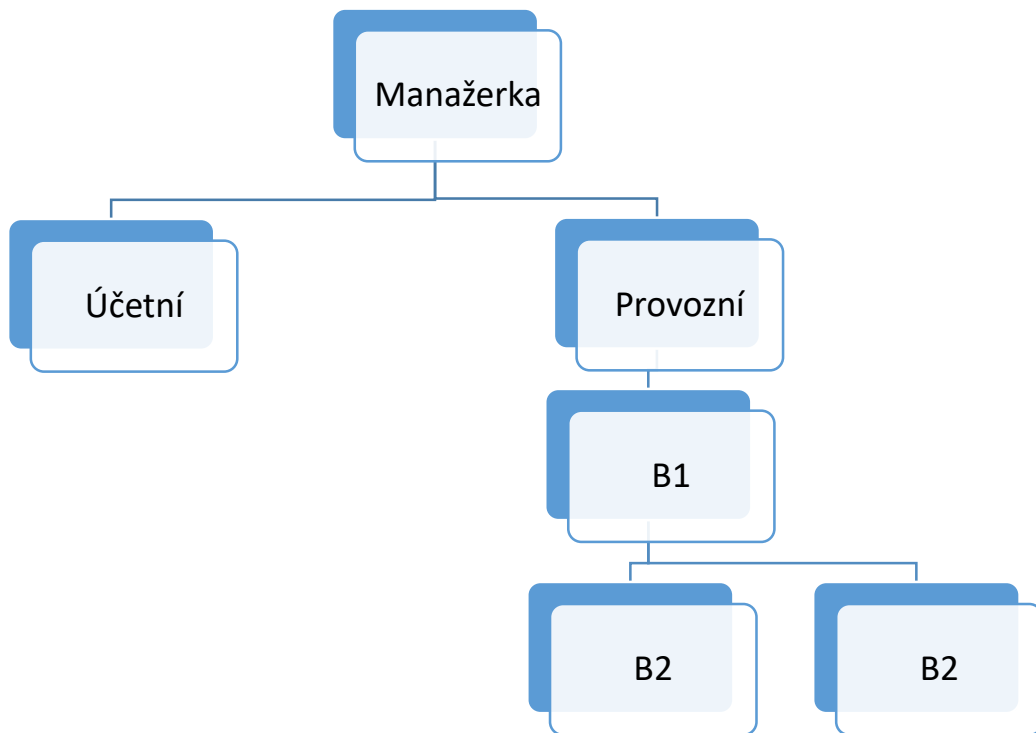
Příloha č. 9:

Logo hradecké pražírny Pepe Coffee.



Zdroj: vlastní

Příloha č. 10:
Organizační struktura podniku.



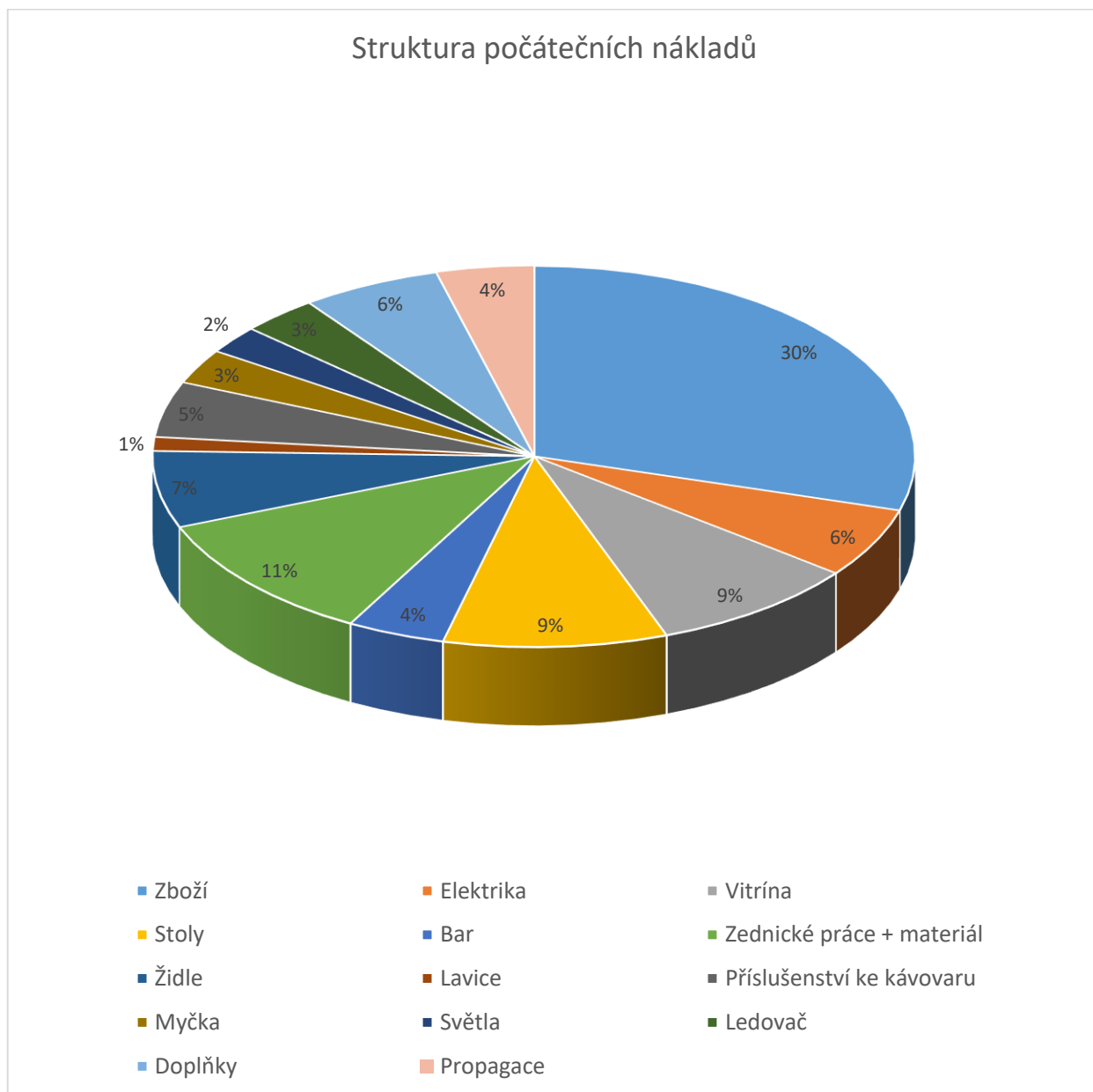
Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 11:
Počáteční rozvaha podniku.

AKTIVA		PASIVA	
Popis	Částka	Popis	Částka
STÁLÁ AKTIVA	83 500,0	VLASTNÍ ZDROJE	200 000,0
Dlouhodobý hmotný majetek		Základní kapitál	200 000,0
Krátkodobý hmotný majetek	83 500,0	Fondy	
Dlouhodobý finanční majetek		Zisk	
OBĚŽNÁ AKTIVA	116 500,0	CIZÍ ZDROJE	0,0
Zásoby	50 000,0	Dlouhodobé úvěry	
Bankovní účty	64 500,0	Krátkodobé úvěry	
Pokladna	2 000,0	Dodavatelé	
Pohledávky		Zaměstnanci	
		Státní rozpočet	
OSTATNÍ AKTIVA		OSTATNÍ PASIVA	
AKTIVA CELKEM	200 000,0	PASIVA CELKEM	200 000,0

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 12:
Struktura počátečních nákladů.



Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 13:
Bod zvratu běžného měsíce.

MĚSÍČNÍ BOD ZVRATU	
Cena výrobku/služby	42,00
Náklad na výrobek/službu	10,00
Provozní náklady	76 650,00
Bod zvratu - prodej	2 396
Bod zvratu - příjem	100 632,0
Počet výrobků/den	79,86666667
Minimální denní tržba	3354,4
Denní tržba při prodeji 80 porcí espressa	3360
Počet výrobků/měsíc	2400
Měsíční tržba při prodeji 80 porcí espressa/den	100800

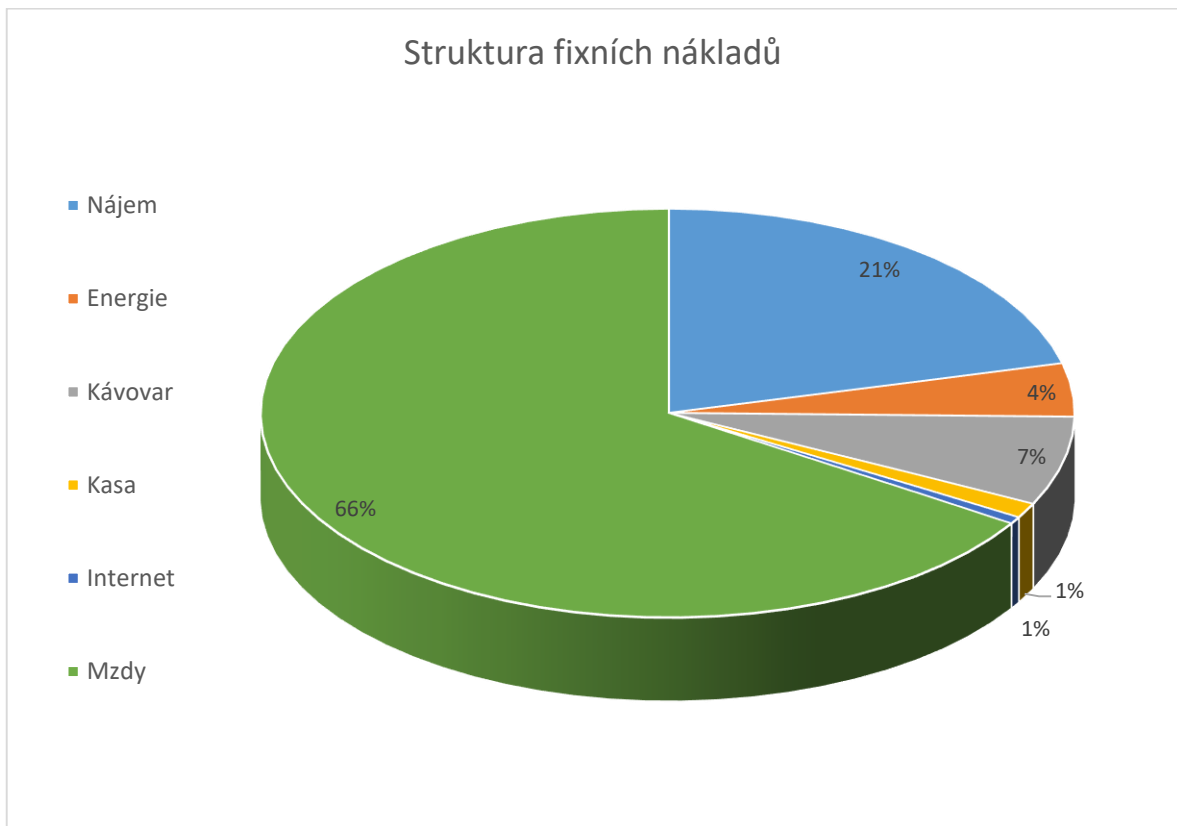
Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 14:
Analýza mzdových nákladů.

KALKULÁTOR	HRUBÁ MZDA	Podepsáno prohlášení	Počet dětí	Student	Invalidita
Provozní	15 000	ano	2	ne	žádná
Barman 1	10 000	ano	0	ano	žádná
Barman 2	10 000	ne	0	ano	žádná
	Superhrubá mzda	Zaměstnanec		Zaměstnavatel	
		ZP	SP	ZP	SP
Provozní	20 100	675	975	1 350	3 750
Barman 1	13 400	450	650	900	2 500
Barman 2	13 400	450	650	900	2 500
Celkem za zaměstnance	46900	Sleva na dani	Daňové zvýhodnění	Záloha na daň / Daňový bonus	ČISTÁ MZDA
Provozní		2 070	2 234	-1 289	14 639
Barman 1		2 070	335	-395	9 295
Barman 2		0	0	2 010	6 890

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 15:
Struktura fixních nákladů.



Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 16:

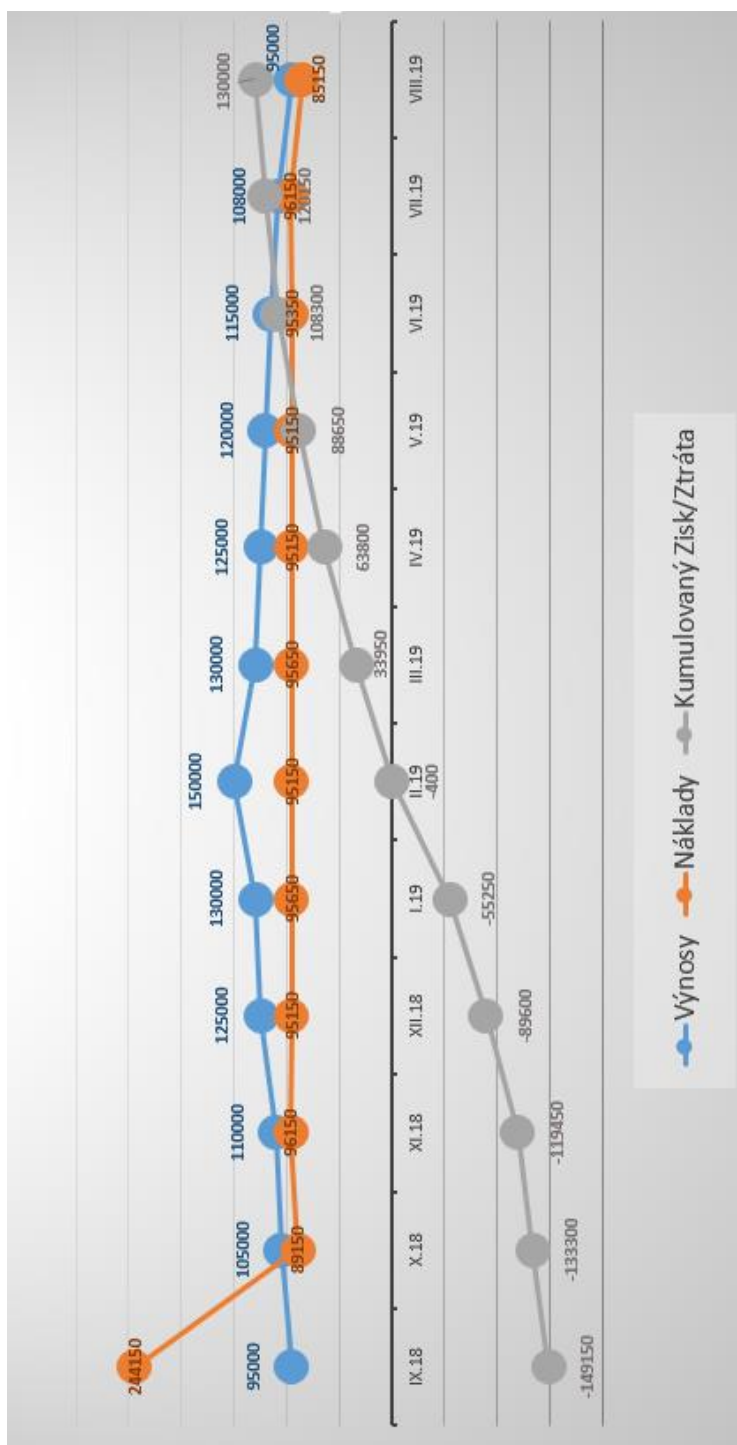
Návrh a struktura příjmů a výdajů.

Období	IX.18	X.18	XI.18	I.19	II.19	III.19	IV.19	V.19	VI.19	VII.19	VIII.19
Předpokládané tržby	95000	105000	110000	130000	150000	130000	125000	120000	115000	108000	95000
Ostatní výnosy											
PŘÍJMY CELKEM	95000	105000	110000	130000	150000	130000	125000	120000	115000	108000	95000
Osobní náklady (mzdy)	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000
Náklady na propagaci	7000	4000	1000	500	0	500	0	0	200	1000	0
Energie, voda, plyn	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000
Náklady na telefon, internet	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Náklady na služby (kasa)	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850
Nájemné	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000
Splátky úvěrů	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pronájem kávovar	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
Sociální a zdravotní za zaměstnance	11900	11900	11900	11900	11900	11900	11900	11900	11900	11900	11900
Suroviny	50000	10000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	10000
Prvotní náklady	112000										
VÝDAJE CELKEM	244150	89150	96150	95650	95150	95650	95150	95150	95350	96150	85150
ZISK/ZTRÁTA	149150	15850	13850	34350	54850	34350	29850	24850	19650	11850	9850
Kumulovaný zisk/ztráta	149150	133300	119450	55250	400	33950	63800	88650	108300	120150	130000

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 17:

Vývoj příjmů a výdajů v jednotlivých měsících.



Zdroj: vlastní zpracování