

**Mendelova univerzita v Brně**  
**Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií**

---

# **Podnikatelský plán**

**Bakalářská práce**

**Vedoucí bakalářské práce:**  
**prof. Ing. Iva Živělová, CSc.**

**Vypracovala:**  
**Markéta Roženková**

**Brno 2017**



## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Podnikatelský plán v oblasti gastronomie** vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmetná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne \_\_\_\_\_

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí své bakalářské práce paní prof. Ing. Ivě Živělové, CSc. za vstřícnost, ochotu, mnoho cenných rad a připomínek při tvorbě bakalářské práce.

## **Abstrakt**

Roženková, M. Podnikatelský plán v oblasti gastronomie. Bakalářská práce. Mendelova univerzita. Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií, 2017.

Bakalářská práce je věnována zpracování podnikatelského plánu pro společnost FORALL s.r.o. nabízející služby v oblasti gastronomie. Práce je rozdělena do dvou částí. První část vymezuje základní pojmy a členění podniků, dále popisuje základní náležitosti struktury podnikatelského plánu. Druhá část je zaměřena na zpracování vlastního podnikatelského plánu. Zahrnuje popis podniku, analýzu trhu a finanční plán. Cílem práce bylo zjistit, zda má podnik šanci na trhu uspět. Po vypracování je zřejmé, že podnikatelský plán by byl dobrým základem pro vznik nové restaurace.

## **Klíčová slova**

Podnikatelský plán, gastronomie, alergie, veganství, vegetariánství

## **Abstract**

Roženková, M. Business Plan in Gastronomy. Bachelor thesis. Mendel University. Faculty of Regional Development and International Studies, 2017.

This bachelor thesis deals with the business plan for FORALL s.r.o. company providing services in gastronomy. The thesis consists of two parts. The first, theoretical part explains the general terminology and defines the types of business entities. Also, it describes general requirements on a business plan. The second, practical part presents particular business plan of the company including company description, market analysis and financial plan.

The purpose of this thesis is to find out whether the company might succeed on the market. The conclusion of the thesis is that this business plan is useful basis for foundation of a new restaurant.

## **Keywords**

Business plan, gastronomy, allergy, veganity, vegetarianism

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>Cíle a metodika bakalářské práce</b>	<b>9</b>
2.1.1	Cíl práce .....	9
2.1.2	Metodika práce.....	9
<b>3</b>	<b>Literární rešerše</b>	<b>10</b>
3.1	Podstata podnikání.....	10
3.1.1	Vymezení základních pojmů podnikání .....	10
3.1.2	Členění podniků .....	12
3.1.3	Volba právní formy podnikání .....	13
3.2	Podnikatelský plán .....	19
3.2.1	Definice podnikatelského plánu .....	20
3.2.2	Struktura podnikatelského plánu.....	20
<b>4</b>	<b>Podnikatelský plán v oblasti gastronomie</b>	<b>28</b>
4.1	Exekutivní souhrn .....	29
4.2	Popis podniku .....	30
4.2.1	Právní forma podnikání.....	30
4.2.2	Předmět činnosti .....	30
4.2.3	Informace o provozovně.....	30
4.2.4	Provozní doba.....	31
4.3	Cíle podniku.....	32
4.4	Analýza odvětví.....	32
4.4.1	Analýza zákazníků .....	32
4.4.2	Analýza konkurence.....	33
4.4.3	Analýza dodavatelů .....	36
4.5	Organizační plán.....	37

---

4.5.1	Struktura zaměstnanců, náplň práce.....	37
4.5.2	Pracovní doba zaměstnanců .....	38
4.5.3	Odměna zaměstnanců .....	38
4.6	Marketingový plán.....	39
4.6.1	Marketingový mix .....	39
4.7	Hodnocení rizik.....	42
4.7.1	SWOT analýza podniku.....	42
4.7.2	Definice, zhodnocení a eliminace rizik projektu .....	42
4.8	Finanční plán.....	44
4.8.1	Zahajovací rozvaha podniku.....	44
4.8.2	Náklady podniku .....	46
4.8.3	Tržby podniku .....	48
4.8.4	Výkaz zisku a ztráty.....	49
4.8.5	Výkaz cash flow.....	50
<b>5</b>	<b>Závěr</b>	<b>51</b>
<b>6</b>	<b>Seznam použité literatury</b>	<b>53</b>
	<b>Seznam zkratk</b>	<b>56</b>
	<b>Seznam obrázků</b>	<b>57</b>
	<b>Seznam příloh</b>	<b>58</b>
	<b>Seznam tabulek</b>	<b>59</b>

# 1 Úvod

Asi každého z nás někdy napadla myšlenka o založení vlastního podniku, kde budeme vlastním páнем. Avšak ne každý tuto myšlenku uskuteční. Podnikání je cesta plná překážek, se kterými si daný podnikatel musí umět v každé situaci poradit, proto je velmi důležité zvážit, zda se touto cestou chceme vydat. Pokud se přece jen rozhodneme začít podnikat, je dobré mít určitou představu, v čem by naše podnikání mělo spočívat, jak konečného výsledku chceme dosáhnout a zda má náš záměr smysl uskutečnit. S těmito otázkami nám může pomoci podnikatelský plán, který plní funkci základního dokumentu pro podnikatele. Každý podnikatel by si měl před zahájením své činnosti tento dokument vypracovat a na jeho základě zjistit, zda je jeho plán reálný.

V této práci jsem se zaměřila na sestavení podnikatelského plánu v oblasti gastronomie a ráda bych tímto způsobem zjistila, zda moje myšlenka o založení podniku bude mít na trhu šanci.

Současná doba je pro mnoho lidí velmi uspěchaná a většina z nich zanedbává důležitou součást každodenních potřeb, kterou je stravování. Postupem času z tohoto životního stylu může vzniknout řada onemocnění, která se mohou projevit v podobě nejrůznějších alergií. V současnosti můžeme mluvit asi o 12 % evropské populace trpící potravinovou alergií. Velmi moderní se v oblasti gastronomie stává také veganství či vegetariánství, jejíž zastánci vynechávají zcela nebo částečně živočišné produkty. Jelikož se autorka řadí mezi osoby trpící intolerancí na laktózu, tato problematika je jí velice blízká. Lidé rádi navštěvují gastronomická zařízení všeho typu, aby si dopřáli chutné jídlo v příjemném prostředí. Alergici však mají při výběru značnou nevýhodu. Řada restaurací na tuto skupinu ani v dnešní době, kdy je tento jev zcela normální, nebere ohled, mnohdy je i velký problém dohodnout se s obsluhou na náhradě pokrmu. V Boskovicích se zařízení s identickou specializací nenachází, proto se majitelka rozhodla založit restauraci, která se bude specializovat nejen na klasické pokrmy, ale také na varianty pokrmů pro alergiky, vegetariány či vegany.



## 2 Cíle a metodika bakalářské práce

### 2.1.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je vypracování podnikatelského plánu společnosti FORALL s.r.o., poskytující služby v oblasti gastronomie, na základě teoretických poznatků. Součástí tohoto cíle je představit společnost tak, aby byla atraktivní pro co nejširší skupinu potencionálních zákazníků či pro investory a vypracovat finanční plán podniku, kdy podnikatel zjistí, zda je jeho záměr reálný a má na trhu šanci. Majitel se na základě zjištěných výsledků volně rozhodne, zda plán realizovat, či od něj odstoupit.

### 2.1.2 Metodika práce

Celá práce je rozdělena do dvou částí, a to na *teoretickou* a *praktickou*.

První část se zabývá teoretickou oblastí zpracovanou na základě odborné literatury a internetových zdrojů, zabývající se problematikou podnikání a podnikatelského plánu. Součástí první části práce je definování základních pojmů podnikání, členění podniků a výběr právní formy podnikání. Teoretická část se dále zabývá definicí podnikatelského plánu a jeho strukturou.

V návaznosti na teoretickou část, literární rešerši, je rozpracována část praktická, neboli vlastní práce. Tato část se zabývá vytvořením podnikatelského plánu v oblasti gastronomie. Práce začíná popisem podniku zahrnujícím právní formu, předmět činnosti, základní informace a cíle podniku. Důležitou součástí práce je zaměření se na analýzu zákazníků, konkurentů a dodavatelů. Práce dále uvádí organizační plán, kde je uveden seznam jednotlivých zaměstnanců, jejich náplň práce a odměna za ni. V práci je dále rozpracován marketingový plán, hodnocení rizik a v neposlední řadě nejdůležitější část celé práce, a to finanční plán.

## 3 Literární rešerše

### 3.1 Podstata podnikání

Řada věcí, služeb či statků, se kterými se setkáváme v každodenních situacích, jsou produkovány či nabízeny prostřednictvím různorodých podniků. Každý by si nejraději vyrobil vše, co potřebuje sám, to je však zcela nemožné.

Za hlavní důvod můžeme považovat finanční náročnost, kdy jedinec většinou nedisponuje potřebným kapitálem. Další překážkou je výroba, která nemůže být řízena či organizována sama, vyžaduje pečlivost a koordinaci jednotlivých úkolů, což není v silách jednotlivce. Nemůžeme zapomenout ani na znalosti. Člověk by musel mít přehled a znalost různých profesí. (Živělová, 2013)

Dříve než začneme podnikat, měli bychom si ujasnit základní pojmy této oblasti. Mezi základní pojmy patří: podnikání, podnikatel a podnik. (Srpová, 2010)

#### 3.1.1 Vymezení základních pojmů podnikání

##### Podnikání

Mulačová (2013) definuje podnikání na základě obchodního zákoníku jako: „*soustavnou činnost provozovanou podnikatelem samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku.*“ Z toho plyne, že podnikání je trvalá činnost (nejedná se jen o nárazovou činnost) s osobní účastí podnikatele za účelem dosažení zisku. Od 1. 1. 2014 není pojem podnikání v zákoně č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník již definován.

Dle Vebera (2012) není interpretace podnikání zcela jednoznačná. Tento pojem může být vnímán hned z několika pojetí:

- Ekonomické pojetí – podnikání je spojováno se zapojením ekonomických zdrojů a ostatních aktivit tak, aby jejich původní hodnota byla postupně navyšována.
- Psychologické pojetí – hlavním úkolem podnikání je činnost, ze které jednotlivec může něco vytěžit, postavit se díky ní na vlastní nohy, být svým pánem a dosáhnout potřebné seberealizace.
- Sociologické pojetí – podnikání je činnost, ve které vzniká řada nových pracovních příležitostí a nabídek práce.

- Právnické pojetí – podnikání je chápáno jako činnost soustavná, prováděna samostatně podnikatelem vlastním jménem, na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.

K obecným rysům „podnikání“ patří:

- „cílevědomá činnost,
- *iniciativní a kreativní přístupy,*
- *organizování a řízení transformačních procesů,*
- *praktický přínos, užitek, přidaná hodnota,*
- *převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu,*
- *opakování, cyklický proces.“* (Veber, 2012 str.14)

### **Podnikatel**

Od 1. 1. 2014 je pojem podnikatel vymezen podle zákona 89/2012 Sb., Občanský zákoník. Ten udává, že podnikatel je ten, „*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.*

*Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely § 1963 se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.“* (Zákony pro lidi, 2012)

### **Podnik**

Podnik je částí sítě skládající se z dodavatelů, odběratelů, bankovních a pojišťovacích institucí, právních předpisů a další řady nejrůznějších prvků. I jakákoliv změna těchto prvků může mít pro podnik velký důsledek. (Živělová, 2013)

Podle Vebera (2012 str. 16) je na podnik nahlíženo jako na subjekt, ve kterém jsou zdroje přeměňovány na vstupy. „*Podnikem se rozumí každý subjekt vykonávající hospodářskou činnost, bez ohledu na jeho právní formu podnikání. K těmto subjektům patří zejména osoby samostatně výdělečně činné a rodinné podniky vykonávající řemeslné či jiné činnosti a obchodní společnosti nebo sdružení, která běžně vykonávají hospodářskou činnost.“*

Z právního hlediska je podnik vymezen jako soubor hmotných a nehmotných složek podnikání. S podnikem úzce souvisí pojem firma. Tento pojem můžeme

chápat jako název, pod kterým se podnikatel zapíše do obchodního rejstříku. (Srpová, 2010)

Občanský zákoník nahradil pojem podnik obchodním závodem. Obchodní závod je definován jako soubor jmění, které podnikatel vytvořil a které slouží k provozování jeho činnosti. Závod může mít i pobočku, která je definována jako část závodu vykazující hospodářskou a funkční samostatnost a o které podnikatel rozhodl, že bude pobočkou. (E-právo, 2012)

### **3.1.2 Členění podniků**

Z důvodu velkého množství typů podniků se při jejich členění využívají různorodá kritéria. Dle Wöheho (2007) můžeme podniky dělit podle:

- hospodářských odvětví,
- druhu výkonů,
- zhotovování výkonů,
- převládajícího výrobního faktoru,
- velikosti podniku,
- právní formy podnikání.

#### **Podle předmětu činnosti**

Podle předmětu činnosti rozlišujeme podniky na:

- výrobní (průmyslové, zemědělské, lesnické a stavební),
- obchodní (provozují činnost prostupující celým národním hospodářstvím),
- dopravní a spojové (součást odvětví, která tvoří tzv. infrastrukturu),
- peněžní (banky, pojišťovny, investiční fondy apod.).

#### **Podle velikosti**

Velikost podniku je ovlivňována celou řadou faktorů. Pro členění podniků podle velikosti je využíváno nejčastěji kvantitativní hledisko, pod které spadá např. počet zaměstnanců, velikost obrátu, množství produktu a jiné. Dále je využíváno kvalitativní hledisko, pod které spadá např. personální struktura či ekonomická síla podniku. (Živělová, 2013)

Dle zákona č. 563/1992 Sb., o účetnictví dělíme podniky na:

- Malé – Malá účetní jednotka je subjekt, který k rozvahovému dni nepřekračuje alespoň dvě z těchto kritérií: aktiva celkem 100 000 000 Kč, čistý obrat 200 000 000 Kč, průměrný počet zaměstnanců během účetního období 50.
- Střední – střední účetní jednotka je subjekt, který k rozvahovému dni nepřekračuje alespoň dvě z kritérií: aktiva celkem 500 000 000 Kč, čistý obrat 1 000 000 000 Kč a průměrný počet zaměstnanců během účetního období 250.
- Velké – velká účetní jednotka je subjekt, který k rozvahovému dni překračuje dvě z kritérií: aktiva celkem 500 000 000 Kč, čistý obrat 1 000 000 000 Kč a průměrný počet zaměstnanců během účetního období 250. Za velkou účetní jednotku se však vždy považuje: subjekt veřejného zájmu, vybraná účetní jednotka.
- Mikro – mikro účetní jednotka je subjekt, který k rozvahovému dni nepřekračuje alespoň dvě z těchto kritérií: aktiva celkem 9 000 000, čistý obrat 18 000 000, průměrný počet zaměstnanců 10. (zákony pro lidi, 2017)

Podle informací Ministerstva průmyslu a obchodu (dále jen MPO) k 31.12. 2016 podnikalo celkem 2 433 756 podnikatelských subjektů, což je asi o 33 000 podnikatelských subjektů více než v roce 2015. Převažující většinu podnikatelských subjektů tvoří fyzické osoby. (MPO, 2017)

### **Podle právní formy podnikání**

Podle právní formy podnikání dělíme podniky na:

- *„podniky jednotlivce,*
- *obchodní korporace,*
- *družstva,*
- *státní organizace,*
- *zvláštní právní formy podnikání.“* (Živělová, 2013 str. 16)

### **3.1.3 Volba právní formy podnikání**

Pokud se podnikatel rozhodne, že založí vlastní podnik, musí v souladu s platnou právní normou splnit určité požadavky. (Synek, 2007) Tyto požadavky se liší

v závislosti na zvolené právní formě podnikání. V průběhu podnikání lze právní formu transformovat na jinou, je to však velice nákladné a komplikované. (Veber, 2012)

Zvolení právní formy podnikání je součástí rozhodovacího procesu podnikatele. Toto rozhodnutí je určující pro vztah s okolím a možností přístupu ke kapitálu.

Podnikatele při výběru právní formy podnikání nejvíce zajímá „*způsob a rozsah ručení, oprávnění k řízení, počet zakladatelů, nároky na počáteční kapitál, administrativní náročnost při založení podniku, rozsah výdajů, které jsou spojeny se vznikem podniku, účast na zisku, daňové zatížení, zveřejňovací povinnost nebo přístup k cizím zdrojům.*“ (Synek 2010 str. 100)

### **Podniky jednotlivce**

Podniky jednotlivce patří mezi nejčastěji volenou právní formu podnikání. Jedná se o podniky, které vlastní a řídí jedna právnická nebo fyzická osoba. Podniky jednotlivce zahrnují: „*živnosti, osoby podnikající podle zvláštních předpisů a soukromě hospodařící rolníky.*“ (Živělová, 2013 str. 18)

#### **Živnosti**

„*Živnost můžeme chápat jako soustavnou činnost provozovanou podnikatelem samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek plynoucích ze zákona o živnostenském podnikání.*“ (Malach, 2005 str. 27) Mezi živnosti nepatří činnosti, které jsou vyjmenované v zákoně č. 455/ 1991 Sb., Zákon o živnostenském podnikání v § 3. Do této skupiny řadíme např. činnost lékařů, přírodních léčitelů, notářů či auditorů. (zákony pro lidi, 2017)

Mezi všeobecné podmínky k získání souhlasu pro provozování živnosti patří: minimální věk 18 let, způsobilost k právním úkonům, bezúhonnost (pokud živnostenský zákon nestanoví jinak). U právnických osob tyto podmínky musí splňovat odpovědný zástupce, z čehož je jasné, že živnost může provozovat fyzická i právnická osoba. (Synek, 2007)

Při myšlence založení podniku musí podnikatel zjistit, do které živnosti patří činnost, kterou se rozhodl provozovat. Živnosti dělíme na:

- Živnosti ohlašovací
- Živnosti koncesované

### **Živnost ohlašovací**

Tyto živnosti vznikají a jsou provozovány na základě ohlášení. Radíme sem živnost:

**Řemeslnou** – Pro získání a provozování řemeslné živnosti je zapotřebí určitého vzdělání. Jako doklad o vzdělání může sloužit výuční list, maturita či diplom v potřebném oboru. Dále např. i šestiletá praxe v příslušném oboru. Zahrnují např. hostinskou činnost, zednictví, klempířství.

**Vázanou** – Pro získání a provozování vázané živnosti je zapotřebí odborné způsobilosti pro určitou činnost, kterou stanoví příloha živnostenského zákona. Zahrnují např. masérské služby, vedení účetnictví.

**Volnou** – Pro získání a provozování volné živnosti není vyžadována odborná či jiná způsobilost. (Srpová, 2010)

### **Živnost koncesovaná**

Vznikají na základě povolení (koncese). K získání koncese je zapotřebí odborné způsobilosti. Koncese je rozdělena dle oboru působnosti. K jejímu vydání se vyjadřují různé orgány. Zahrnují např. výrobu a prodej zbraní.

Některé fyzické osoby podnikají na základně **zvláštních právních předpisů**. Patří sem např.

- lékaři, veterinární lékaři,
- advokáti, notáři,
- znalci, tlumočníci,
- auditoři, daňoví poradci,
- a další.

Předmět podnikání **soukromě hospodařících rolníků** spočívá v provozování zemědělské výroby, jejíž součástí je též hospodaření v lesích či na vodních plochách. (Živělová, 2013)

**Výhody živností:** snadno a rychle vznikají, majitel volně disponuje s celým ziskem po zdanění, nedochází ke dvojímu zdanění (Živělová, 2013). Podle Vebera (2012) mezi další výhody patří např. absence počátečního kapitálu, jednoduché ukončení či přerušení činnosti, minimum formálně právních povinností a další.

**Nevýhody živnosti:** obtížnost při získání bankovního úvěru, omezené znalosti a zkušenosti, závislost firmy na majiteli, obtíže se získáním vysoce kvalifikovaných pracovníků. (Živělová 2013)

### **Obchodní korporace**

Pokud chceme omezit nevýhody podniku jednotlivce, ale přesto potřebujeme zachovat mnohé výhody, je dobré dle Živělové (2013) založit některý typ obchodní korporace. Obchodní korporace se dělí na osobní obchodní společnosti a kapitálové obchodní společnosti a družstva. Obchodní korporace upravuje zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích.

Osobní obchodní společnosti dělíme na:

- veřejná obchodní společnost,
- komanditní společnost.

#### ***Veřejná obchodní společnost***

Veřejnou obchodní společnost tvoří minimálně 2 společníci. Společníkem mohou být fyzické i právnické osoby. Není povinnost vytvořit základní kapitál a dále odpadá povinnost společníků vložit vklad do společnosti. Návrh společnosti na zápis do obchodního rejstříku podepisují všichni společníci, k návrhu je přikládána společenská smlouva. Všichni společně ručí neomezeně celým svým majetkem.

#### ***Komanditní společnost***

Komanditní společnost vyžaduje jako podmínku k založení minimálně dva společníky. Společníky mohou být fyzické i právnické osoby. Společníci se dělí na komplementáře a komanditisty. Rozdíl mezi komplementářem a komanditistou je dán rozsahem ručení za závazky společnosti. Komplementáři ručí celým svým majetkem, ale komanditisté jen do výše svých nesplacených vkladů. K obchodnímu vedení společnosti jsou oprávněni pouze komplementáři, komanditisté se mohou podílet na ostatních rozhodnutích. Komanditisté mohou nahlížet do účetních knih či roční účetní závěrky. (Živělová,2013) Od 1. 1. 2014 nejsou společníci povinni skládat základní kapitál. (Businessinfo, 2014) Účast na zisku u komanditisty podle výše vkladu, u komplementáře rovným dílem.



Výhody a nevýhody veřejné obchodní společnosti a komanditní společnosti jsou obdobné.

**Výhody:** jednoduché založení, snadnější obstarání kapitálu, daňové zvýhodnění, dobrá flexibilita.

**Nevýhody:** obtíže při ukončení společnosti, komplikace při smrti jednoho z účastníků, vyšší míra vzniku konfliktů, neomezené ručení za závazky společnosti.

Kapitálové společnosti dělíme na:

- společnost s ručením omezeným,
- akciová společnost.

### ***Společnost s ručením omezeným***

Společnost s ručením omezeným je společnost, kterou může založit 1 fyzická nebo právnická osoba. Pokud má společnost jediného společníka, je založena na základě zakladatelské listiny. Pokud je společníků více, zakládá se na základě společenské smlouvy. Od 1. 1. 2014 je minimální částka základního kapitálu stanovena na jednu korunu. Společnost ručí celým svým majetkem, společníci do výše nesplacených vkladů. Účast společníků na zisku je podle výše vkladu jednotlivých společníků. Nejvyšší řídicí orgán je valná hromada. Kontrolním orgánem je dozorčí rada. Statutárním orgánem jsou jednatele.

**Výhody:** nízký základní kapitál, lepší možnost získání bankovního úvěru, možnosti zřízení kontrolního orgánu, obchodní podíl lze po dohodě převádět i dědit, společníci ručí za závazky společnosti pouze do výše svého nesplaceného vkladu.

**Nevýhody:** potíže při převodu na jiné osoby, úspěšnost podnikání odvislá od důvěry a serióznosti jednotlivých společníků, obtíže při ukončení spolupráce jednoho ze společníků.

### ***Akciová společnost***

Akciovou společnost může založit jedna právnická nebo dvě fyzické osoby. Je-li společnost založena jedním zakladatelem, sepisuje se zakladatelská listina, v případě více zakladatelů se sepisuje společenská smlouva. Společnost vzniká zápisem do obchodního rejstříku. Minimální základní kapitál musí činit 2 mil. Kč nebo 80 tisíc EUR. Firma ručí celým svým majetkem, akcionáři neručí. Účast na zisku podle

rozhodnutí valné hromady. Nejvyšším řídicím orgánem je valná hromada. Nejvyšším kontrolním orgánem může být dozorčí rada či správní rada a statutárním orgánem představenstvo či správní ředitel.

**Výhody:** možnost získání značného množství kapitálu, omezené ručení, limitované částkou vydané akcie, snadný převod vlastnictví prodejem akcií, neomezená existence společnosti bez ohledu na život vlastníků.

**Nevýhody:** stanovena minimální částka základního kapitálu, obtížnost založení spojená s emitováním akcií, částečná státní regulace, obtíže s utajením informací související s povinností zveřejňování vybraných informací.

### ***Družstvo***

Družstvo zakládají minimálně 3 členové, ať už právnické či fyzické osoby. Nejvyšším řídicím orgánem je členská schůze, která je tvořena všemi členy. Statutárním orgánem je představenstvo a kontrolním orgánem je kontrolní komise. Při založení výši základního kapitálu určují stanovy družstva. Družstvo je založeno konáním ustavující členské schůze, na niž jsou schváleny stanovy družstva. Vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku.

**Výhody družstva:** není potřeba základního kapitálu, omezené ručení členů, neomezené trvání bez ohledu na život vlastníků, při změně členů není třeba měnit stanovy.

**Nevýhody družstva:** vyšší počet členů potřebných pro založení družstva, komplikovanější právní regulace.

### **Evropská společnost**

Evropská společnost je právní forma podléhající právním normám Evropského společenství. Hlavním posláním je usnadnit volný pohyb kapitálu v rámci Evropské unie (dále jen EU) a sjednotit právní formy obchodních společností.

Evropská společnost je akciová společnost založená podle práva EU. Je upravena nařízením Rady č. ES/ 2157/2001 o statutu evropské společnosti a Směrnicí Rady 2001/86/ES doplňující statut evropské společnosti v rámci zapojení zaměstnanců. Základní kapitál je minimálně 120 000 EUR. Sídlo společnosti i správní ústředí společnosti musí být na území EU. Pokud firma sídlí ve více členských státech a rozhodne se přejít pod evropskou společnost, může se zapsat pouze

v jednom státě a její statut bude uznán i v ostatních členských státech. Registrovat se bude ve státě, v němž má skutečné sídlo firmy. Velkou výhodou je možnost přemístění firmy do jiného členského státu. (Živělová, 2013)

### **Obchodní korporace za rok 2016**

V roce 2016 vzniklo na území České republiky 28 958 nových obchodních společností a 57 549 podnikajících fyzických osob. Zároveň v minulém roce zaniklo 8 759 obchodních společností a 48 877 podnikajících fyzických osob. Celkový počet obchodních společností se navýšil o 20 199, což je nejvíce za posledních 5 let.

Společností s ručením omezeným vzniklo 27 929, akciových společností 893 a družstev 113. V roce 2016 zaniklo nejvíce společností s ručením omezeným, a to 7 402.

Nejvíce společností vzniklo na území Prahy, konkrétně 12 893, za Prahou následuje Jihomoravský a Středočeský kraj. Praha zaznamenala také nejvyšší počet zaniklých společností a následoval ji Jihomoravský kraj. Nejlépe se dařilo Olomouckému kraji, kde na 10 zaniklých společností připadalo více než 51 nově vzniklých.

Více než pětina vzniklých společností působila v obchodě, dále v odvětví profesní, vědecké a technické činnosti. Desetina společností vznikla v oblasti nakládání s nemovitostmi. Nejvíce společností naopak zaniklo v oblasti obchodu a nakládání s nemovitostmi. Vzrostl počet nově zakládaných společností v odvětví ubytování a stravování, a to o 44 %, a ve zpracovatelském průmyslu o 15 %. Nejvíce firem zaniklo ve stavebnictví a dopravě. (Businessinfo, 2017)

## **3.2 Podnikatelský plán**

Blackwell (1993) přirovnává založení nového podniku k výpravě do tropického pralesa za pokladem. Tato výprava nás může obohatit pocitem osobního uspokojení nebo materiálním bohatstvím. Jelikož prales skrývá mnoho nebezpečí a snadno můžeme ztratit směr, je důležité o všem důkladně přemýšlet a vytvořit si určitý plán, kterým se budeme řídit. Důležitou otázkou je nejen myšlenka skutečného cíle, ale také, která vlastnost nám dopomůže k získání výhody nad konkurencí. Stejná situace nastává při založení podniku. Abychom mohli dojít až k cíli, tedy založení podniku, je potřeba naplánovat kroky, které povedou k tomuto cíli. Pomocí podnikatelského plánu můžeme zjistit, zda by naše nápady mohly být reálné a následně tento návrh realizovat.

### 3.2.1 Definice podnikatelského plánu

Podle Kotlera (2007) podnikatelský plán poskytuje široký pohled na poslání, cíle, strategii a alokaci zdrojů.

Podnikatelský plán je písemný dokument, který zpracovává podnikatel na začátku podnikatelské činnosti. Popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní faktory související s podnikatelskou činností. (Srpková, 2011)

*„Podnikatelský plán si můžeme představit jako silniční mapu a plánovací proces je čtením v mapě: rozhodnutí kde jsme, zvolení města kam chceme jít a následně můžeme začít plánovat cestu do zvoleného města, tedy i prostředky, kterými se do města dostaneme.“* K dosažení našeho zvoleného cíle můžeme využít hned několik cest. Některé z nich budou sice delší a pomalejší, avšak méně rizikové. Další mohou být kratší a rychlejší, ale zatíženy daleko větším rizikem. Žádná z cest nám však nedává záruku, že k dosaženému cíli dojdeme. Je pouze na nás jakou cestu zvolíme. (Koráb, 2007 str. 9)

Podle Blackwella (1993) podnikatelský plán vzniká v situaci, kdy podnik potřebuje získat peníze. Banky musejí velmi svědomitě a uvážlivě zacházet s penězi vkladatelů a investorů, proto jsou velmi skeptické ohledně šance na úspěch nového podniku či zavedení nového produktu. Aby banky mohly provést kontrolu bonity potencionálního dlužníka, potřebují mít podrobné informace o firmě. (Wupperfeld, 2003)

### 3.2.2 Struktura podnikatelského plánu

Podle Staňkové (2007) neexistuje přesný předpis, co by měl podnikatelský plán obsahovat, či jak by měl být upraven. Každý podnikatel volí strukturu tak, aby se v ní odrážely jeho preference. Plán bude prezentován investorům a zákazníkům, a měl by tedy obsahovat informace a aktivity, na které chtějí znát odpověď.

Řada firem na trhu se liší svou velikostí, odvětvím, právní formou nebo způsobem řízení, a to je důvodem, proč daná struktura nemusí vyhovovat všem firmám. I přesto existují některé doporučené části plánu, které by se v něm měly objevit, bez ohledu na to, o jakou firmu se jedná. (Veber 2012)

Doporučené části podnikatelského plánu mohou být:

#### Titulní strana

Na titulní straně by měl být uveden název a logo firmy, název podnikatelského plánu, jméno autora nebo klíčových osob, datum založení apod. Je dobré uvést prohlá-

šení typu: *Informace obsažené v tomto dokumentu jsou důvěrné a jsou předmětem obchodního tajemství. Žádná část tohoto dokumentu nesmí být reprodukována, kopírována nebo jakýmkoli způsobem rozmnožována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora.*“ (Srpová, 2011 str. 15)

## **Obsah**

Pokud chceme, aby se čtenář jednoduše vyznal v podnikatelském záměru, je dobré na začátek uvést jeho obsah. Měl by být krátký a uváděn nadpisem maximálně třetí úrovně. Další členění by již mohlo být pro čtenáře nepřehledné.

## **Úvod**

Úvod slouží pro uvedení základních informací, např. pro koho je dokument určen, zda se jedná o finální podobu, nebo zda bude ještě doplněn o detaily, či další kapitoly. (Srpová, 2011)

## **Exekutivní souhrn**

Exekutivní souhrn je stručné shrnutí nejdůležitějších aspektů podnikatelského plánu, který má ve čtenáři vzbudit zvědavost, aby pokračoval v jeho čtení. Přestože se shrnutí uvádí na začátku dokumentu, je často zpracováváno až po sestavení celého podnikatelského záměru. (Kovář, 2016) V této části by měly být shrnuty informace ze všech částí podnikatelského záměru. (Zichová, 2008) Shrnutí by mělo být napsáno takovou formou, aby se dalo přečíst a pochopit do 10 minut. (Wupperfield, 2003)

## **Popis podniku**

Popis podniku udává podrobné informace o podniku, jeho minulosti, budoucím vývoji, vlastnické poměry a smlouvy. Nedílnou součástí jsou informace o velikosti podniku, jeho umístění, předmětu činnosti, právní formě podnikání nebo o organizační činnosti. V plánu je také nezbytné uvedení všech osob, které stojí za vznikem podniku. (Kovář, 2016)

## **Analýza trhu**

Podle Beránka (2013) pojem trh může být vnímán různě. Laicky můžeme trh chápat jako místo pro obchodování. Odborně pak můžeme trh vnímat jako typ hospodářských svazků, systém ekonomických vztahů nebo jako veřejnou formu uspořádání i fungování ekonomiky.

Podle Kotlera (2005) je trh definován jako soubor osob, které aktuálně nebo potenciaálně uspokojují v určitých situacích, určitým výrobkem či službou jednu nebo několik potřeb.

Důležitou součástí trhu je analyzovat konkurenci, dodavatele a potenciaální zákazníky.

**Analýza konkurence:** nejdůležitějším úkolem je analyzovat nejen stávající konkurenci, ale také tu potenciaální, jelikož stejné technologie se prolínají mezi nejrůznější obory. Převážně bychom se měli zaměřit na ty konkurenty, kteří mohou vyrobit produkty s vyšší přidanou hodnotou pomocí levnějších materiálů. Hlavním účelem analýzy je odlišení se od konkurence a tím dosáhnout monopolní výhody, která umožňuje alespoň krátce sklízet monopolní zisk. U konkurence bychom měli sledovat především jejich strategii, cenovou, zdrojovou a personální politiku, využívanou technologii, inovační potenciál, výrobky a služby. (Šmída 2007)

**Analýza potenciaálních zákazníků:** nejvíce nás zajímají zákazníci, kteří mají z výrobku či služby užitek, mají k výrobku či poskytované službě snadný přístup nebo jsou ochotni za produkt či službu zaplatit. Uspokojení potřeby zákazníka je důležitým krokem k našemu úspěchu. Není výhodné přizpůsobovat naše výrobky či služby každému, proto je velmi důležité, abychom si správně zvolili potenciaální skupinu zákazníků. (Srpová, 2011) Jakubíková (2013) uvádí, že podle Earlse nejcennější zákazník není ten, který utratí nejvíce, nebo ten, kdo je k nám „nejloajálnější“, ale je to ten, který má největší vliv na své druhy.

**Analýza dodavatelů:** zásobování je jednou z nejdůležitějších činností, které jsou v podniku plánovány. Při výběru dodavatele je žádoucí získat informace o všech dodavatelích v našem okolí a poté vybrat ty nejvhodnější. Aby podnik mohl snížit riziko problémů ze strany dodavatele, může se pojistit větším množstvím dodavatelů. Výhodné je také odebírat od dodavatelů, kteří poskytují komplexnější nabídku. Dodávky by měly být co nejefektivnější a zásoby skladem v co nejoptimálnější úrovni. (Kovář, 2016) Správná volba dodavatele je velmi důležitá, jelikož bez spolehlivých dodavatelů je velmi těžké podnikat. Dodavatele tedy musíme volit především podle spolehlivosti, důležitá je také cena nebo jejich vzdálenost. Pokud nezvolíme správně, podnikání si tím můžeme značně ztížit.

### **Výrobní plán (obchodní plán)**

Výrobní a obchodní plán se liší podle charakteru podniku. Podnik výrobního charakteru popíše v této kapitole celý výrobní proces. Využívá-li podnik subdodavatele, je nutné informovat o tom, kdo tito subdodavatelé jsou, včetně důvodů, které vedly k jejich výběru. Zajišťuje-li podnik výrobu zcela nebo z části sám, musí v této kapitole popsat závod, zařízení a stroje, které ke své práci potřebuje, suroviny, informace o dodavatelích atd. U nevýrobního podniku je třeba uvést, zda se jedná o maloobchod či velkoobchod a jaké zboží je předmětem podnikání. V tomto případě se nebude jednat o výrobní plán, ale o obchodní plán. Tento plán poskytuje informace o nákupu zboží či služeb, inventurách a skladování. (Koráb, 2005)

### **Organizační struktura**

V organizační struktuře by mělo být uvedeno, kolik osob bude podnik zaměstnávat, dále také popis pracovního místa a stručná charakteristika zaměstnance, odborné předpoklady požadované od zaměstnance, organizační začlenění pracovního místa a jejich kompetence. (Srpová, 2011)

### **Marketing**

Banky a investoři věnují části marketingu zvýšenou pozornost, jelikož dobrá marketingová koncepce velkou měrou rozhoduje o úspěchu podnikatelského záměru. (Zichová, 2008)

Jako jednu z hlavních složek marketingu využívaných v podnikatelském záměru můžeme spatřovat **marketingový mix**. Pomocí marketingového mixu se podnik snaží naplnit své hlavní cíle a zahrnuje vše podstatné, s čím se firma obrací na trh. (Foret, 2012) Jednotlivé nástroje mixu se navzájem ovlivňují. Klasický marketingový mix tvoří:

### **Produkt**

Vše, co mohu nabídnout trhu ke koupi, použití či spotřebě nebo čím mohu uspokojit nějakou potřebu či přání, můžeme nazývat produktem. Zahrnuje fyzické předměty, služby, místa či myšlenky. (Kovář, 2016) Podle Foreta (2012 str. 101) je produkt nejdůležitější složkou marketingového mixu, je tím, co na trhu chceme prodat. V marketingu rozlišujeme 3 základní druhy produktu:

*Jádro produktu: „představuje hlavní užitek či hodnotu, kterou je produkt schopen zákazníkům poskytnout. Je tím, kvůli čemu si zákazník produkt zakoupí“.*

*Vlastní produkt:* pro zákazníky je nejdůležitější kvalita, která je jedním z nástrojů, jak se odlišit od konkurence. Pod pojmem kvalita rozumíme životnost, spolehlivost, přesnost, funkčnost apod. Zákazníci definují kvalitu jako kombinaci snadné dostupnosti, snadného ovládní, přijatelné ceny a důvěryhodnosti značky s vysokou užitnou hodnotou. Důležitá je také variantnost provedení nebo design produktu.

*Rozšířený produkt:* do této kategorie produktu řadíme služby spojené se zakoupením produktu, např. doprava, instalace a uvedení do provozu.

### **Cena**

Cena je vyjádřením protihodnoty, za niž je prodávající ochoten směnit určitý produkt nebo službu. Cena jako jediná z nástrojů marketingového mixu vytváří příjmy. (Foret, 2012) Mezi faktory, k nimž přihlížíme při tvorbě cen, patří:

- „firemní cíle a cíle cenové politiky,
- náklady,
- poptávka,
- konkurence,
- fáze životního cyklu produktu,
- právní a regulační opatření“. (Srpová, 2011 str. 24)

### **Distribuce**

Místo v marketingovém mixu můžeme chápat jako distribuci z místa výroby produktu do místa prodeje cílovému zákazníkovi. Posláním distribuce je nabízet zákazníkovi produkty na dostupném místě, v dostupném množství a ve správném čase. (Foret, 2012)

### **Propagace**

V souvislosti s propagací hovoříme o tzv. komunikačním mixu:

**Reklama** – pod pojmem reklama rozumíme placenou formu komunikace prostřednictvím médií. Nákladově nejvýhodnější reklama je tam, kde rychle osloví širokou skupinu spotřebitelů. (Srpová, 2011)

Vysekalová (2012 str. 21) definuje reklamu podle definice Americké marketingové asociace AMA jako „jakoukoliv placenou formu neosobní prezentace a nabídky idejí, zboží nebo služeb prostřednictvím identifikovatelného sponzora“. Nevýhodu reklamy můžeme spatřit v neosobnosti a jednosměrné komunikaci.



**Podpora prodeje** – podpora zahrnuje nástroje, které si kladou za cíl přilákat pozornost spotřebitele, poskytnout mu potřebné informace a přimět ho ke koupi. Jedná se o přímou komunikaci např. ochutnávky zboží, hry, vzorky či kupony. (Vysekalová, 2012)

**Public relations** – neboli vztahy s veřejností, můžeme chápat jako vztah ke všem tržním subjektům a zájmovým skupinám firmy (zaměstnanci, média, široká veřejnost). Zvýšení image firmy v očích veřejnosti je hlavním cílem public relations. Firma díky dobrým vztahům s veřejností může snáze získávat státní zakázky, výhodné úvěry a další.

**Osobní prodej** – Osobní prodej je finančně nejnáročnější část komunikace, avšak velmi efektivní. Získáváme zákazníka přímým rozhovorem mezi nakupujícím a prodávajícím. Tuto formu komunikace většinou volíme při prodeji složitějších, rizikovějších a finančně náročnějších produktů. Do osobního prodeje patří: „obchodní setkání, veletrhy, výstavy, poradenství při prodeji, neformální setkání.“ (Srpová, 2011 str. 27)

**Přímý marketing** – využití především telefonních čísel, emailů a dalších komunikačních prostředků pro informování našich zákazníků. (Srpová, 2011)

Podle Vysekalové (2012) do komunikačního mixu dále patří: sponzoring či nová media.

V následující tabulce můžeme vidět rozdělení marketingového mixu.

Tab. 1 Složky marketingového mixu: 4P a 4C

4P	4C
Produkt ( <i>product</i> )	Potřeby a přání zákazníka ( <i>customer needs and wants</i> )
Cena ( <i>price</i> )	Náklady na straně zákazníka ( <i>cost to the customer</i> )
Distribuce ( <i>place</i> )	Dostupnost ( <i>convenience</i> )
Komunikace ( <i>promotion</i> )	Komunikace ( <i>communication</i> )

Zdroj: Vlastní zpracování dle Kotlera (2007)

V souvislosti s rozvojem řízení vztahů se zákazníky, vztahového marketingu, se marketingový mix v praxi rozšiřuje o 4C: **Zákazník, náklady, dostupnost, komunikace.** (Srpová, 2011)

## Hodnocení rizik

Jako jednu z metod sloužící k hodnocení rizik můžeme uvést SWOT analýzu. Tato analýza je odvozená z prvních písmen anglických slov: „*Strenghts (silné stránky), weakness (slabé stránky), opportunities (příležitosti) a treats (hrozby)*“.

V následujícím obrázku můžeme vidět schéma SWOT analýzy.



Obr. 1 SWOT analýza

Zdroj: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

**Silné stránky** obsahují skutečnosti, které přinášejí výhody jak firmě, tak zákazníkům.

**Slabé stránky** obsahují skutečnosti, které firma nedělá dobře, nebo ty, ve kterých si konkurence vede lépe.

**Příležitosti** obsahují skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku po produkci nebo mohou lépe uspokojit zákazníka a přinést firmě úspěch.

**Hrozby** obsahují skutečnosti, trendy, události, které mohou snížit poptávku nebo zapříčinit nespokojenost zákazníků. (Jakubíková, 2013)

Pokud víme o nějakém riziku, které by mohlo během našeho podnikání vzniknout, měli bychom dopředu zvážit určitá opatření a být na tato rizika alespoň minimálně připraveni.

## Finanční plán

Cílem finančního plánu je přenést předchozí části podnikatelského záměru do číselné podoby. Až v této fázi zjistíme, zda je náš plán reálný. (Srpková, 2011)

Do podniku můžeme vložit buď vlastní kapitál, nebo cizí kapitál. Na základě podnikatelského plánu žádáme banku o úvěr či investora o podíl v naší firmě. Je

velmi důležité, aby podnikatelský plán byl srozumitelný, stručný, logický a pravdivý. Na základě těchto náležitostí nám banka dává souhlas při vyřizování úvěru. Jelikož bankéř či investor uvažují numericky, musí být veškerá slova podložena co nejpřesnějšími čísly, aby na něj zapůsobil. (Blackwell, 1993)

Podnikatelský plán je nejčastěji zpracován na 3-5 let. Hlavními částmi finančního plánu jsou:

- předpokládané příjmy a výdaje,
- vývoj hotovostních toků,
- rozvaha. (Koráb, 2005)

### **Přílohy**

Do příloh můžeme zařadit například: *“životopisy klíčových osobností, výpis z obchodního rejstříku, obrázky výrobků a prospekty, podklady z finanční oblasti.”* (Srpová, 2011 str. 33)

## 4 Podnikatelský plán v oblasti gastronomie

Cílem následující kapitoly je vypracování podnikatelského plánu společnosti FORALL s.r.o. nabízející služby v oblasti gastronomie.



Obr. 2 Logo podniku

Zdroj: [www.shutterstock.com/cs/search/catering+icon](http://www.shutterstock.com/cs/search/catering+icon)

**Název společnosti:** FORALL s.r.o.

**Sídlo společnosti:** Sokolská 1235/38, 680 01 Boskovice

**Předmět podnikání:** Hostinská činnost

**Kontaktní osoba:** Roženková Markéta

**Datum vzniku společnosti:** 1. ledna 2018

**Telefon:** 734 432 567

**E-mail:** restauraceforall@seznam.cz

**Internet:** [www.restauraceforall.cz](http://www.restauraceforall.cz)

## 4.1 Exekutivní souhrn

Autorka zamýšlí založení restaurace v pronajatých prostorech obchodní pasáže nedaleko centra ve městě Boskovice. Jako právní forma podnikání byla zvolena společnost s ručením omezeným z důvodu snadnějšího získání bankovního úvěru v budoucnu, jelikož majitelka zvažuje odkup prostorů či rozšíření stávajícího provozu. Předmětem podnikání je pohostinská činnost zaměřující se na veganskou a vegetariánskou stravu a na varianty jídel pro alergiky. Součástí nabízeného sortimentu jsou i klasická jídla, aby si vybrali i zákazníci, kteří se s tímto životním stylem neztotožňují.

V Boskovicích se sice nachází mnoho provozoven zaměřených na pohostinskou činnost, žádná z nich však nenabízí tento druh pokrmů. Tato skutečnost by mohla být pro podnik konkurenční výhodou. V podniku bude pracovat 8 zaměstnanců, z toho 6 pracovníků na hlavní pracovní poměr. Většina dodavatelů podniku je volena z řad místních podnikatelů z důvodu podpoření místní ekonomiky. Hlavními výhodami provozovny jsou:

- moderně vybavená provozovna,
- speciální víkendové menu,
- odlišný sortiment pokrmů,
- dobrá dostupnost,
- kapacita parkoviště,
- výhodná lokalita,
- příjemný personál.

Nově vzniklý podnik je třeba dostatečně propagovat. Restaurace využije sociální síť facebook, která je v současnosti nepopulárnější formou reklamy. Provozovna bude mít i vlastní internetové stránky a billboard při příjezdu do města.

Do podniku bude vložen základní kapitál 1 000 000 Kč z vlastních zdrojů. K vybudování restaurace bude zapotřebí 942 000 Kč. Finanční plán je rozpracován pro první tři roky podnikatelské činnosti. Veškeré informace v této části byly konzultovány s majitelem boskovické restaurace Špejchar a na jeho doporučení sestaveny tržby a náklady pro první roky provozu.

Z výkazu zisku a ztrát je patrné, že podnik vykazuje ve všech sledovaných letech zisk. Tento záměr by tak mohl být základem pro založení úspěšné restaurace.

## **4.2 Popis podniku**

### **4.2.1 Právní forma podnikání**

Jako vhodnou právní formu podnikání pro svoji činnost majitelka spatřuje ve společnosti s ručením omezeným. Zmíněná právní forma podnikání byla zvolena s ohledem na snadnější získání bankovního úvěru, který by byl využit v budoucnu na odkup vlastních prostorů, či rozšíření stávajících prostorů. K založení bude potřeba pouze zakladatelská listina, jelikož společnost bude vlastněna jednou osobou. Majitelka se bude o celý podnik starat a vypomáhat v případě nutnosti jako obsluha. Jako základní kapitál vloží z vlastních zdrojů 1 000 000 Kč. Majitelka vystudovala střední hotelovou školu a má dlouholetou praxi v oboru, tudíž splňuje podmínky pro založení podniku z ohledu vzdělání.

### **4.2.2 Předmět činnosti**

Společnost FORALL s.r.o. spadá do živnosti řemeslné, konkrétně pod hostinskou činnost. Tato činnost je definována jako činnost spočívající v přípravě pokrmů a nápojů a jejich následný prodej a spotřeba přímo v provozovně.

Živnostenský zákon pro tuto činnost vyžaduje podmínku odborné způsobilosti, kterou majitelka splňuje díky středoškolskému vzdělání v oboru hotelnictví i díky dlouholeté praxi.

### **4.2.3 Informace o provozovně**

V dnešní době je stále více osob trpících potravinovou alergií, moderním se také stává vegetariánství či veganství. V Boskovicích se v minulosti nacházela jídelna Klásek zaměřující se na veganskou a vegetariánskou stravu. I přesto, že byla jídelna hojně navštěvována, její provoz byl z nezjištěných důvodů v roce 2015 ukončen. Majitelka má ke zmiňované stravě velmi blízko, proto ukončení provozovny Klásek byl pro ni popud k otevření vlastní restaurace zaměřené nejen na veganskou a vegetariánskou kuchyni ale také na varianty jídel pro alergiky. Na své si však v restauraci přijdou i klasičtí strávníci, kteří obvykle doprovází zmiňovanou skupinu, ale nezastávají tento styl života. Restaurace si tedy klade za cíl uspokojit přání všech svých zákazníků, aby si každý vybral vyhovující pokrm, jak již slibuje ze svého názvu.

Provozovna restaurace se nachází nedaleko centra na ulici Sokolská v obchodním centru Kras. Lokalitu umístění ocení nejen místní obyvatelé, ale také lidé z blízkého okolí, jelikož provozovna je nedaleko od vlakového a autobusového nádraží. Před obchodním centrem je zastávka městské hromadné dopravy, což jistě potěší zákazníky, kteří bydlí na okraji města. K provozovně náleží dostatečně velký parkovací prostor cca pro 40 aut, což je pro restauraci velkou výhodou. U ostatních restaurací v Boskovicích je pouze pár míst a není tak kde zaparkovat.

Restaurace je plně vybavena od majitele, který tu provozoval několik let vlastní podnik. Restaurace je tedy zaběhlá, což bude pro majitelku velkou výhodou při startu. Majitelka má možnost odkupu vybavení v celkové hodnotě 692 000 Kč. Součástí provozovny je kuchyně, místnost restaurace, soukromý salonek, sociální zařízení, kancelář a venkovní zahrádka.

Celá provozovna je laděna do hnědobílých barev. Interiér provozovny je zobrazen v přílohách. Součástí hlavní místnosti je 14 stolů. 10 stolů pro 6 osob a 4 stoly pro 4 osoby. Soukromý salonek má kapacitu cca 60 míst. Celkově má tedy restaurace 136 míst. V případě velké návštěvnosti je možnost využít míst v salonku. V letním období je otevřena venkovní zahrádka, která nabízí dalších asi 60 míst k sezení.

#### 4.2.4 Provozní doba

##### Provozní doba

Provozní doba restaurace je volena dle konkurenčních podniků. Cílem podniku je rozšířit stávající nabídku o snídaňové menu. Tato skutečnost by znamenala změnu v otevírací době provozovny. Restaurace by tak byla jedinou provozovnou poskytující snídaňové menu.

Tab. 2 Otevírací doba restaurace FORALL

Otevírací doba restaurace	
Po - Čt	11:00 - 22:00
Pa - Ne	11:00 - 23:00

Zdroj: Vlastní zpracování

## 4.3 Cíle podniku

### Krátkodobé cíle

Majitelka si klade za cíl získat co nejširší skupinu věrných zákazníků, kteří budou spokojeni s nabízenými službami a budou se do restaurace rádi vracet. Aby tohoto cíle bylo dosaženo, je zapotřebí věnovat velkou pozornost reklamě před zahájením podnikání, ale také během provozu. Velkou roli bude hrát prostředí restaurace či zaměstnaný personál. Prostedí restaurace je situováno do přírodních barev, aby navodilo příjemnou atmosféru a zákazníci se tak v provozovně cítili spokojeni. Při výběru personálu bude brán velký zřetel na komunikativnost obsluhy z důvodu přímého kontaktu se zákazníkem. Důležitou součástí bude nabídka pokrmů, která bude jednou za půl roku obměňována, každý měsíc bude v provozovně uspořádán tematický večer a každou neděli bude nabízeno zvýhodněné menu.

### Dlouhodobé cíle

Jelikož v obchodním centru Kras je k pronájmu nebo po dohodnutí s majitelem k prodeji celé patro o rozloze 1000 m<sup>2</sup>, majitelka by ráda tyto prostory využila do budoucna pro vybudování menšího rodinného penzionu. S tímto cílem by také spojila rozšíření stávající nabídky jídel o snídaňové menu a další pokrmy. Důležitým cílem je rovněž vybudování dobré image a značky podniku.

## 4.4 Analýza odvětví

### 4.4.1 Analýza zákazníků

Boskovické restaurace jsou zaměřeny převážně na klasická jídla, výběr pro vegany, vegetariány či alergiky je velmi omezený. Z tohoto důvodu se majitelka rozhodla zaměřit své pokrmy především pro tento typ strávníků. Podnik svým názvem dává najevo, že každý zákazník si vybere pro něj vyhovující pokrm. Z tohoto důvodu restaurace bude nabízet kromě upravených variant pokrmů i řadu jídel obsahujících klasické suroviny, aby si vybral opravdu každý strávník, který restauraci navštíví.



#### 4.4.2 Analýza konkurence

Asi 14 podniků v Boskovicích nabízí pohostinskou činnost zaměřující se primárně na stravovací služby. Zbývající podniky nabízí především prodej nápojů a doplňkového zboží ve formě drobných pochutin. Tyto podniky však nejsou vnímány jako hlavní konkurenti. Jelikož je majitelka občankou Boskovic, místní podniky zná velice dobře a může tak zhodnotit jejich provozní činnost. Pro analýzu konkurence bylo vybráno 5 podniků, které jsou spatřovány jako největší hrozby pro nově vzniklou restauraci. U konkurenčních podniků byl zkoumán především interiér, ceny pokrmů, obsluha, kapacitní možnosti a provozní doba.

##### Restaurace Špejchar

Restaurace v roce 2014 změnila majitele a stala se velmi oblíbeným místem ke stravování. Místnost restaurace je laděna do interiérů starých časů stejně jako nabídka jídel. V restauraci je výběr převážně klasické české kuchyně. Provozovna je rozdělena na dvě poschodí. Spodní patro slouží jako hlavní část restaurace, jejíž kapacita je asi 60 míst. Horní patro slouží k pořádání soukromých akcí. Ceny hlavních jídel se pohybují v rozmezí 150–350 Kč. U většiny jídel je již započtena i příloha. Cena denního menu je v rozmezí 90-145 Kč. Restaurace nabízí 4 jídla na denní menu. 3 za nižší cenu a jedno dražší. Provozní doba restaurace je Po–Čt: 11:00 – 22:00 h a Pa–Ne: 11:00–23:00 h.

Výhody:

- příjemný personál,
- kvalitní jídlo,
- příjemné prostředí,
- blízkost centra,
- možnost venkovního posezení.

Nevýhody:

- vyšší cena,
- salonek v patře,
- hlasitá hudba.

### **Restaurace BlueQueen**

Restaurace je laděna v moderním stylu, v roce 2014 prošla kompletní rekonstrukcí. Provozovna je umístěna přímo v centru Boskovic, což je pro ni velkou výhodou. Kapacita restaurace je asi 50 míst s možností venkovního posezení asi 20 míst. Venkovní posezení je však v blízkosti rušné komunikace. Restaurace nově nenabízí polední menu, soustřeďuje se především na víkendové nabídky. Cena hlavních jídel v restauraci se pohybuje v rozmezí 170–500 Kč, kdy většina jídel je uvedena bez příloh. Otevírací doba restaurace je Po–Pa: 14:00–23:00 h a So–Ne: 12:00–23:00 h.

#### Výhody:

- příjemné prostředí,
- kvalitní jídlo,
- blízkost centra.

#### Nevýhody:

- vyšší cena,
- nepříjemný personál,
- špatně situovaná venkovní zahrádka.

### **Restaurace pod zámekem**

Luxusní restaurace laděná do moderního stylu situovaná v blízkosti centra. K provozovně náleží salonek pro 30 lidí a historický sklep s kapacitou 70 osob. V prostorách restaurace je kapacita 60 míst. V letních měsících provozovna nabízí posezení na letní terase s výhledem do zámeckého parku, u kterého byl vybudován dětský koutek. K restauraci náleží krásná zahrada, na které jsou pořádány svatební obřady. Cena hlavních jídel v restauraci se pohybuje v rozmezí 175–380 Kč. Většina jídel je uvedena bez příloh. Cena denního menu se pohybuje v rozmezí 85–180 Kč, kdy obdobně jako restaurace Špejchar je nabídka dvou jídel za 85 Kč a jedno dražší. Otevírací doba restaurace je Po–So: 11:00–22:00 h a Ne: 11:00–20:00 h.

Výhody:

- příjemné prostředí,
- kvalitní jídla,
- příjemný personál,
- svatební obřad,
- blízkost centra,
- využití pro děti.

Nevýhody:

- vyšší cena.

### **Restaurace 29**

Restaurace se nachází v blízkosti centra ve sklepení budovy. Celá restaurace je laděna smrkovým obložením. Restaurace má k dispozici 26 míst v hlavní části a menší salonek pro 15 osob. Cena hlavních jídel je v rozmezí 120-400 Kč, ceny jsou uvedeny většinou bez příloh. Cena denního menu je v rozmezí 85-95 Kč a nabízí výběr ze čtyř jídel. Restaurace nabízí možnost rautů na soukromé hostiny. Provozní doba restaurace je Po-Čt: 11:00– 22:00 h, Pa: 11:00–23:00 h, So: 17:00–23:00 h a Ne 11:00–15:00 h.

Výhody:

- cena,
- příjemné prostředí,
- příjemná obsluha,
- blízkost centra.

Nevýhody:

- malá kapacita provozovny,
- absence signálu pro telefony.

### **Restaurace Zlatá růže**

Restaurace je umístěna v blízkosti centra, její interiér je motivován vozítkem velorex. V restauraci najdeme fotografie ze srazu velorexů, které se v Boskovicích každoročně konají. V blízkosti restaurace je velké parkoviště, u ostatních restaurací je

nejvíc 5 míst. K restauraci náleží také venkovní zahrádka. Jako jediná z uvedených restaurací nabízí rozvoz jídel. Ceny hlavních jídel jsou v rozmezí 75–150 Kč, cena jídel je uvedena většinou bez přílohy. Na denní menu restaurace nabízí čtyři až pět jídel za jednotnou cenu 85 Kč. Provozní doba restaurace je Po–Čt: 9:00 - 22:00 h, Pa: 9:00–23:00 h, So: 10:00–23:00 h a Ne: 10:00–22:00 h.

Výhody:

- cena,
- blízkost centra,
- kapacita zahrádky,
- kapacita parkoviště.

Nevýhody:

- malá kapacita uvnitř provozovny,
- nemoderní interiér,
- pomalá obsluha.

#### **Zdůvodnění konkurenční výhody**

Majitelka ve svém podniku vnímá jako největší výhodu prodej sortimentu pokrmů, které nejsou nabízeny v žádné jiné restauraci ve městě ani v jeho blízkém okolí. Nejbližší restaurace se nachází ve městě Blansko, asi 20 km od Boskovic, dále pak v Brně či Prostějově, které jsou od Boskovic vzdáleny asi 40 km. Další výhodou může být tematický večer každý první víkend v měsíci, kdy budeme podávat pokrmy z různých zemí.

#### **4.4.3 Analýza dodavatelů**

Pro podnik byli vybráni dodavatelé převážně z řad místních regionálních výrobců z důvodu podpory místního podnikání. Z místních dodavatelů podnik využije:

- Sedlák – kozí sýry-Šošůvka,
- Pekárna Wilk – Boskovice,
- Rybářství Skalní mlýn–Blansko,
- Vinárna u Lojzy – Boskovice,
- Pivovar Černá Hora,

- Dvůr sv. Ambrože – maso, vejce – Knínice,
- Zelenina Karel Plch – Dolní Lhota,
- Mlékárna Olešnice.

Dále využije také:

- Makro Brno,
- Pivovar Starobrno,
- Pivovar Pilsner Urquell,
- Violife – vegetariánské a veganské potřeby.

## 4.5 Organizační plán

### 4.5.1 Struktura zaměstnanců, náplň práce

#### Vedení společnosti

Majitelka bude zajišťovat veškeré činnosti potřebné k chodu restaurace jako je: reklama, objednávání zboží, vedení účetnictví a další. Pokud bude potřeba, bude také vypomáhat jako obsluha. Majitelka v době studia prošla řadou kurzů: vinařský, barmanský, kurz studené kuchyně či kurz baristy. Majitelka má mnoho zkušeností se zahraniční kuchyní, bude se také podílet na přípravě akčních pokrmů.

#### Ostatní zaměstnanci

Restaurace bude zaměstnávat dva kuchaře, dva pomocné kuchaře a čtyři číšníky. O víkendech či při soukromých akcích, kdy je předpokládána větší obsazenost restaurace, bude v podniku vypomáhat brigádník. Každý den v ranních hodinách bude do provozovny docházet úklidová firma.

**Náplň práce pomocného kuchaře:** umývání nádobí, údržba kuchyně, čištění a krájení ovoce a zeleniny, příprava salátů a jednodušších pokrmů, jakákoliv pomoc kuchaři při vaření.

**Náplň práce kuchaře:** sestavování jídelních lístků, komunikace s číšníkem a příjem objednávek, příprava a úprava pokrmů, dohled nad dodržováním základních hygienických a bezpečnostních pravidel, úkolování pomocné síly v kuchyni, vyhodnocování nákladů na pokrmy a ztrát ve výrobě. Podmínkou pro nástup je vyučení v oboru, či několikaletá pracovní zkušenost.

**Náplň práce obsluhy:** Vítání a umístování hostů, vydávání pokrmů a nápojů, rady při výběru pokrmů či nápojů, znalost sortimentu pokrmů, spolupráce při sestavování nápojového lístku, údržba a obsluha výčepního zařízení, příprava nápojů, kasírování hostů, příprava a obsluha soukromých akcí.

#### 4.5.2 Pracovní doba zaměstnanců

Stálí zaměstnanci se budou střídat ve směnách rozdělených na krátký a dlouhý týden. Na každou směnu bude potřeba jeden kuchař, jeden pomocný kuchař a dva číšníci. Provozní doba restaurace je Ne – Čt: 11:00 – 22:00h a Pa, So: 11:00-23:00h.

Pomocný kuchař a kuchař budou pracovat asi 168 hodin měsíčně, jejich pracovní doba je 9:00 – 21:00h. V 20:00h přijímají poslední objednávky.

Obsluha má pracovní dobu 10:00 – 22:00h a Pa, So: 10.00 -23:00h. Po ukončení směny jsou kuchaři i obsluha povinni připravit své pracovní místo pro další den.

Brigádník bude povolán do služby převážně o víkendech a v případě konání soukromých akcí. Majitelka předpokládá výpomoc brigádníka asi na 40 h měsíčně, hodinová mzda bude činit 80 Kč.

Zaměstnanci budou zaměstnaní na hlavní pracovní poměr, pouze brigádníci na základě dohody o provedení práce.

#### 4.5.3 Odměna zaměstnanců

V tabulce č. 3 jsou uvedeny hrubé mzdy zaměstnanců za měsíc. Zaměstnavatel je povinen za zaměstnance odvádět sociální a zdravotní pojištění, o které je hrubá mzda navýšena. Celkové mzdy jsou odváděny v měsíčních nákladech podniku.

Tab. 3 Odvod sociálního a zdravotního pojištění za zaměstnance v Kč

	Kuchař	Pom. kuchař	Obsluha
Hrubá mzda	18 657	14 180	14 180
Sociální pojištění	4 478	3 545	3 545
Zdravotní pojištění	1 612	1 276	1 276
Celkem mzda	24 000	19 000	19 000

Zdroj: Vlastní zpracování

V tabulce č. 4 jsou uvedeny mzdy včetně odvodů za sociální a zdravotního pojištění.

Tab. 4 Mzdy včetně sociální a zdravotního pojištění za 1. rok podnikání v Kč

	Počet osob	Za osobu	Celkem/měsíc	Celkem/rok
kuchař	2	24 000	48 000	576 000
Pomocný kuchař	2	19 000	38 000	456 000
Obsluha	4	19 000	76 000	912 000
Brigádník	2	3 200	6 400	76 800
Celkem	10	65 200	168 400	2 020 800

Zdroj: Vlastní zpracování

Za dobře vykonanou práci a ochotný přístup budou zaměstnanci odměněni ve druhém roce navýšením mezd o 5 %. Pokud budou i nadále svoji práci odvádět zodpovědně i ve třetím roce proběhne navýšení mezd o dalších 5 %. Mzdy za druhý a třetí rok podnikání jsou uvedeny v tabulce č. 5 a 6.

Tab. 5 Mzdy včetně sociální a zdravotního pojištění za 2. rok podnikání v Kč

	Počet osob	Za osobu	Celkem/měsíc	Celkem/rok
kuchař	2	25 200	50 400	604 800
Pomocný kuchař	2	19 950	39 900	478 800
Obsluha	4	19 950	79 800	957 600
Brigádník	2	3 360	6 720	80 640
Celkem	10	68 460	176 820	2 121 840

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 6 Mzdy včetně sociální a zdravotního pojištění za 3. rok podnikání v Kč

	Počet osob	Za osobu	Celkem/měsíc	Celkem/rok
kuchař	2	26 460	52 920	635 040
Pomocný kuchař	2	20 948	41 895	502 740
Obsluha	4	20 948	83 790	1 005 480
Brigádník	2	3 528	7 056	84 672
Celkem	10	71 883	185 661	2 227 932

Zdroj: Vlastní zpracování

## 4.6 Marketingový plán

### 4.6.1 Marketingový mix

#### Produkt

Restaurace se zaměřuje nejen na klasickou kuchyni, ale také na varianty jídel pro alergiky, vegetariánské a veganské pokrmy. Od každého druhu bude nabízeno asi

10 jídel. Pokud by byl zájem, podnik by rád rozšířil jídelní lístek o snídaňové menu. Polední menu bude obsahovat 4 druhy pokrmů plus polévku. V restauraci se bude každý první víkend v měsíci pořádat tematický večer. Zákazníci se mohou těšit na skandinávskou, asijskou, řeckou, španělskou, italskou, francouzskou, indickou, mexickou, americkou a středomořskou kuchyni, dále se mohou těšit na degustaci vín, piv nebo zabíjačkové hody s degustací pálenek. V rámci nápojů bude restaurace nabízet asi 10 druhů vín, 3 druhy piva, alkoholické a nealkoholické míchané nápoje, fresh nápoje a další nápoje dle denních nabídek. V neděli bývají restaurace hojně navštěvovány, z tohoto důvodu se majitelka rozhodla nalákat zákazníky do provozovny na zvýhodněné menu nabízející výběr ze dvou polévek, dvou předkrmů a dezertů a pěti hlavních jídel. Kromě akčního menu bude platný i jídelní lístek. Nástin jídelního lístku restaurace je uveden v přílohách. V posledním sloupci je vždy uvedeno, v jakých variantách lze jídlo připravit.

### **Cena**

Pro stanovení správné ceny pokrmů bylo využito inspirace na základě cen konkurenčních podniků. Po navštívení místních restaurací byly zjištěny přibližně ceny za polední menu, polévky, hlavní jídla, dezerty a podle nich byla cena stanovena.

Některé podniky však mohou mít nižší náklady na daný pokrm než my, proto je důležité řídit se nejen konkurenčními cenami, ale brát v úvahu také vlastní náklady.

Polední menu se bude pohybovat v rozmezí 85–145 Kč. 3 pokrmy budou vykalkulovány na 85 Kč, jeden dražší na 145 Kč. Cena hlavních jídel se bude pohybovat v rozmezí 90-250 Kč. Jelikož je návštěvnost od 13:00 do 17:00h v boskovických restauracích slabší, majitelka se rozhodla v této době zvýhodnit zákazníky v podobě nápoje zdarma (0,5l piva, sklenka vína, nealkoholický nápoj). Pokud zákazník navštíví restauraci mezi 13. a 14. hodinou dostane k nápoji zdarma navíc 10% slevu na další návštěvu v restauraci. V neděli jsou restaurace hojně navštěvovány, pro nalákání zákazníků bude sestaveno kromě klasického jídelního lístku také zvýhodněné menu.

### **Distribuce**

Restaurace FORALL bude provozovat svoji činnost v pronajatých prostorech, které spadají pod obchodní centrum Kras. Obchodní centrum prošlo v roce 2013 celkovou rekonstrukcí.



Sídlo podniku bylo voleno strategicky hned z několika důvodů. Prvním je blízkost centra, autobusového či vlakového nádraží. Přímo před provozovnou se nachází zastávka městské hromadné dopravy a zastavuje tu i mnoho linek autobusů z blízkého okolí. Tuto skutečnost dojíždějící jistě ocení. Dalším důvodem je výběr prostoru, ve kterém nebude potřeba výraznějších oprav. Velkou výhodou pro majitelku je již zavedená restaurace a po dohodě s vlastníkem panem Pavlem Pekárkem odkoupí veškeré vybavení. Restaurace za bývalého majitele byla velmi oblíbeným místem k vychutnání kvalitní gastronomie. Lidé jsou tedy naučeni tyto prostory navštěvovat.

K provozovně náleží dostatečně velký parkovací prostor cca pro 40 aut, což je pro restauraci velkou výhodou, u mnoha restaurací je pouze pár míst a není tak kde zaparkovat.

### **Propagace**

Aby majitelka přilákala co nejširší skupinu zákazníků, je zapotřebí věnovat velkou pozornost reklamě. Podnik zahájí svou propagaci asi měsíc před otevřením. Nejvíce bude využíván internet, místní noviny, ale také billboard, který se nachází při vjezdu do Boskovic směrem od Brna.

#### *Internet*

V současnosti nejvíce lidí hledá informace o restauracích na internetových stránkách. Velmi atraktivní stránkou pro mnoho lidí je sociální síť facebook. Pro provozovnu tedy bude zřízen profil na této sociální síti, prostřednictvím tohoto profilu budou lidé informováni o týdenním menu a nejnovějších akcích. Lidé budou mít možnost vyjádřit své pocity a dojmy po navštívení naší provozovny, budou moci sdílet fotografie a různé příspěvky. Jelikož ne všichni vlastní profil na sociální síti, především starší generace uvítá internetové stránky restaurace, na kterých zákazníci najdou základní informace, denní menu, nápojový a jídelní lístek a informace o pořádaných akcích.

#### *Osobní prodej*

Týden před zahájením provozu plánuje majitelka udělat V.I.P. akci formou bufetových stolů, kdy bude jednotná cena pro všechny zákazníky cca 250 Kč/osobu a neomezený výběr různých pokrmů. Každý host dostane welcome drink zdarma v podobě skleničky kvalitního šampaňského vína. Tato akce bude omezena asi na 60 osob.

*Letáky, plakáty*

Měsíc před otevřením restaurace bude majitelka roznášet letáčky s informacemi o restauraci přímo do schránek místních obyvatel i lidem z blízkého okolí. Umístí také informační plakáty na informační tabule nacházející se po celém městě.

## 4.7 Hodnocení rizik

Pro hodnocení rizik byla zvolena metoda SWOT analýzy. Jelikož majitelka nemá žádné zkušenosti s vedením podniku, bude pro ni začátek podnikání těžší než pro zkušenější podnikatele. Jak již bylo zmíněno výše, v Boskovicích je řada konkurentů, žádný však nenabízí podobně zaměřený sortiment pokrmů, což je pro podnik výhodou. Restaurace bude využívat moderní prostory s dostatečnou kapacitou parkovacích míst před provozovnou. Příležitost podniku je spatřována v rostoucím zájmu o zdravější stravu. Podnik může být ohrožen řadou hrozeb, které jsou uvedeny v tabulce č. 7.

### 4.7.1 SWOT analýza podniku

Tab. 7 SWOT analýza restaurace

Silné stránky	Slabé stránky
Parkovací místa u provozovny	Nedostatek zkušeností s vedením podniku
Příjemný personál	Konkurence
Moderně vybavená provozovna	
Akční nabídky	
Dobrá dostupnost	
Výhodná lokalita	
Příležitosti	Hrozby
Rostoucí zájem o zdravější stravu	Vznik nového podniku se stejnou specializací
Rozšíření služeb restaurace	Zvýšení cen energií, potravin
	Ztráta zákazníků
	Navýšení nájemného

Zdroj: Vlastní zpracování

### 4.7.2 Definice, zhodnocení a eliminace rizik projektu

Možnost rizika hrozí nejen majitelce nově vzniklé restaurace, ale také všem podnikajícím osobám v jejím okolí. Je velmi důležité uvažovat nad vznikem možných rizik a snažit se jim předejít, či na ně dostatečně rychle reagovat. Základními fakto-

ry, které mohou negativně ovlivnit činnost či životaschopnost provozovny jsou: **nedostatek zákazníků, nevhodně chovající se personál, ztráta kvality produktů, vstup nových konkurentů, nárůst inflace.**

### **Nedostatek zákazníků**

Nově vzniklá provozovna nemusí svou netradiční nabídkou zaujmout místní zákazníky, kteří na tento typ produktů nejsou zvyklí. Je důležité podnik před jeho vznikem dostatečně propagovat, aby se o něm dozvědělo co nejširší spektrum veřejnosti.

### **Nevhodně chovající se personál**

V restauraci mohou nastat situace, kdy bude obsluha nevhodným způsobem komunikovat se zákazníkem, kuchaři nebudou vařit podle přidělených norem, zaměstnanci mohou odmítat plnit pokyny nadřízených či zaměstnanci, kteří se snaží nějakým způsobem podniku uškodit. Aby podnik těmto rizikům předešel, je důležité často komunikovat s personálem a sledovat změny v jejich chování. Obsluha má v náplni práce přímou komunikaci s hostem, proto je třeba vybrat komunikativního a příjemného zaměstnance na tuto pozici. Kuchaři budou přijímáni na základě praxe v oboru a ochoty učit se novým trendům v gastronomii. Jako motivace pro zaměstnance bude při plnění jejich povinnosti každoroční navýšení mezd o 5 %.

### **Ztráta kvality produktů**

Produkty od dodavatelů mohou postupně ztrácet požadovanou kvalitu. V současnosti je zcela běžné pro zachování kvality zvyšovat ceny, musíme se tak připravit, že produkty mohou být v budoucnu dražší. Firmy si však někdy dražší ceny nemohou dovolit a musí v tomto případě změnit dodavatele za levnějšího. Důležitá je také spolehlivost dodavatelů a včasnost jejich dodávek. Řešením by mohlo být uzavření dlouhodobých smluv s dodavateli.

### **Vstup nových konkurentů**

Velkým rizikem by byl pro restauraci nově vzniklý podnik s obdobnou specializací, avšak nabízené produkty by prodával za nižší cenu. Restaurace proto musí atraktivňovat svou nabídku a reagovat na přání a potřeby zákazníků.

## 4.8 Finanční plán

Finanční plán je nejdůležitější částí podnikatelského plánu. Majitelka díky němu zjistí, zda má její záměr šanci na trhu uspět. Součástí této části bude vyčíslení nákladů na vybudování podniku a v návaznosti na ně sestavena zahajovací rozvaha. Abychom zjistili hospodářský výsledek, je třeba vypočítat náklady a tržby podniku. Majitelka uvádí tyto ukazatele za první tři roky podnikatelské činnosti. Součástí této části bude výpočet výkazu cash flow, který odhalí, jakým způsobem byly peníze v podniku získávány či investovány. Majitelka si rozpracovala veškeré ukazatele ve třech variantách, tedy v optimistické, realistické a pesimistické. V následujícím textu však uvádí pouze variantu realistickou, která je pro ni stěžejní.

### 4.8.1 Zahajovací rozvaha podniku

Majitelka vloží do podniku základní kapitál 1 000 000 Kč z vlastních zdrojů. Na počátku svého podnikání tedy nepočítá s využitím bankovního úvěru. Aby podnik mohl fungovat, je třeba vybavit provozovnu nábytkem. Po dohodě s vlastníkem provozovny od něj bude veškeré vybavení odkoupeno za sníženou cenu. Vybavením je myšleno veškeré kuchyňské a barové nádobí a spotřebiče, židle, stoly a osvětlení. Přestože bude provozovna kompletně vybavena, je potřeba interiér dovybavit. Touto položkou je myšlen nákup prostírání a dekorací pro zvelebení místnosti. Důležité je také myslet na poplatky při vzniku podniku, při sepsání smluv s notářem a dalších podobných aktivitách, které jsou součástí položky počáteční poplatky. Před zahájením podniku je zapotřebí dostat podnik do povědomí místních obyvatel. Z placené formy reklamy budou využity místní noviny, internetové stránky, tisk propagačních letáků, vizitek, pronájem billboardu při vjezdu do města a plakát s logem restaurace před provozovnou. Důležitou součástí počátečních provozních nákladů jsou suroviny. Do této položky jsou řazeny veškeré potraviny potřebné pro přípravu pokrmů a nápojů. Hygiena v restauracích je velice důležitá, proto mezi počátečními náklady nemohou chybět hygienické potřeby do kuchyně a na toalety. Jednotlivé ceny těchto položek můžeme vidět v tabulce č. 8.

Tab. 8 Náklady na vybudování restaurace v Kč

Náklady na vybudování	
Odkup vybavení	692 000
Dovybavení interiéru	15 000
Počáteční poplatky	40 000
Suroviny	170 000
Reklama	15 000
Hygienické potřeby	10 000
Celkem	942 000

Zdroj: vlastní zpracování

Dlouhodobý hmotný majetek je tvořen konvektomatem, který má pořizovací cenu vyšší než 40 000 Kč. Zbytek majetku je uveden v zásobách pod položkou drobný majetek, z důvodu ceny pořízení nižší než 40 000 Kč. Do drobného majetku je dále zahrnuta položka dovybavení interiéru. Suroviny obsahují veškeré nákupy potravin, potřebných ke zhotovení pokrmů. Mezi provozovací látky jsou řazeny hygienické prostředky. Pod položkou náklady příštích období rozumíme počáteční poplatky a poplatky za reklamu. Tyto položky jsou součástí zahajovací rozvahy podniku v tabulce č. 9.

Tab. 9 Zahajovací rozvaha podniku v Kč

Počáteční rozvaha			
Aktiva		Pasiva	
<b>Dlouhodobý majetek</b>	258 999	<b>Vlastní zdroje</b>	1 000 000
Dlouhodobý hmotný majetek	258 999	Základní kapitál	1 000 000
<b>krátkodobý majetek</b>	741 001	<b>Cizí zdroje</b>	0
Zásoby	628 001	Bankovní úvěr	0
Z toho :			
suroviny	170 000		
provozovací látky	10 000		
drobný majetek	448 001		
Běžný účet	20 000		
Pokladna	38 000		
Náklady příštích období	55 000		
<b>Aktiva celkem</b>	1 000 000	<b>Pasiva celkem</b>	1 000 000

Zdroj: vlastní zpracování

### 4.8.2 Náklady podniku

Po dohodě s vlastníkem provozovny majitelka restaurace podepsala smlouvu na dlouhodobý pronájem na dobu neurčitou ve výši 15 000 Kč za měsíc. Jelikož byla podepsána smlouva, není předpokládáno, že by se měsíční nájem během prvních tří let zvýšil. Nezbytnou součástí provozu jsou také energie. V této položce jsou řazeny poplatky za plyn, vodu a elektřinu. Hygienickými potřebami se rozumí veškeré hygienické a čisticí prostředky do kuchyně a na toalety. I když je na začátku podnikání počítáno s dovybavením provozovny ve formě dekorací, majitelka plánuje v dalších letech jejich obměnu. Majitelka každý měsíc odvádí peníze za billboard a za drobnou reklamu v místním tisku. Podnikání v restauračních zařízeních patří k rizikovým typům podnikání vůči úpadku a různým nežádoucím elementům, každý podnikatel by se proto měl zajímat o vhodné pojištění pro svůj podnik. V pojištění je zahrnuta odpovědnost za škodu způsobenou zaměstnanci, dále také odpovědnost za škody způsobené přenosem nejrůznějších nemocí. Součástí je také živelné pojištění a pojištění pro případ přerušení či omezení provozu následkem věcné škody. Před zahájením podniku nesmí být zapomenuto na poplatky za telefon a wifi. V tabulce č. 10 jsou uvedeny veškeré zmíněné položky a jejich ceny.

Tab. 10 Provozní náklady podniku v Kč

	Měsíc	1. rok	2. rok	3. rok
Pronájem restaurace	15 000	180 000	180 000	180 000
Energie	15 000	180 000	190 000	200 000
Hygienické potřeby	5 000	60 000	62 400	65 000
Wifi, telefon	300	3 600	3 600	3 600
Mzdy včetně soc. a zdrav. pojištění	168 400	2 020 800	2 121 840	2 227 932
Suroviny	140 000	1 680 000	1 800 000	1 850 000
Dovybavení interiéru	0	5 000	10 000	10 000
Úklid	2 500	30 000	36 000	36 000
Reklama	2 000	24 000	20 000	20 000
Odpisy	0	28 490	57 627	57 627
Pojištění	3 000	36 000	36 000	36 000
<b>celkem</b>	<b>351 200</b>	<b>4 247 890</b>	<b>4 517 467</b>	<b>4 686 159</b>

Zdroj: vlastní zpracování

V návaznosti na předchozí tabulku č. 8, kde majitelka zmiňuje odkup majetku za 692 000 Kč, je v tabulce č. 11 uveden seznam jednotlivých položek. Vybavení bylo asi 2 roky používané, proto je každá z uvedených položek za sníženou cenu, kterou si vlastník určil po dohodě s majitelkou.

Tab. 11 Výčet odkupovaného majetku v Kč

	Počet kusů	Cena
<b>Dlouhodobý hmotný majetek</b>		
konvektomat	1	258 999
<b>Drobný hmotný majetek</b>		
Barové nádobí	x	18 999
Kávovar	1	5 980
Elektrický gril	1	34 699
Elektrický sporák	2	72 996
Chladicí lednice	3	29 999
Kuchyňské nádobí	x	48 999
Multifunkční pánev	3	5 498
Myčka nádobí	1	35 999
Osvětlení	x	6 599
Rýžovar	2	1 899
Sous vide vodní lázeň	1	5 999
Stoly	x	28 000
Šokový zchlazovač	1	30 999
Termický mixér	2	30 295
Vařič těstovin	1	12 999
Zahradní nábytek	x	37 000
Židle	x	25 799
<b>Celkem</b>	<b>x</b>	<b>692 000</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky č. 11 vidíme že cena konvektomatu je vyšší než 40 000, je tedy třeba konvektomat odepisovat. Jelikož zmíněné zařízení patří do druhé odpisové skupiny, přístroj bude odepisován po dobu pěti let. Majitelka využila metody rovnoměrného odepisování, kdy v prvním roce své činnosti bude platit nižší částku než v následujících letech. Tato částka bude započítána do nákladů podniku. Jednotlivé částky ročních odpisů jsou uvedeny v následující tabulce č. 12.

Tab. 12 Roční odpisy konvektomatu v Kč

rok	zůstatková cena	roční odpis	oprávky celkem
1.rok	230 510	28 490	28 490
2. rok	172 883	57 627	86 117
3. rok	115 256	57 627	143 744
4. rok	57 631	57 627	201 371
5. rok	-	57 627	259 000

Zdroj: vlastní zpracování

### 4.8.3 Tržby podniku

V tabulce č.13 jsou uvedeny tržby za měsíc, první, druhý a třetí rok podnikatelské činnosti. Návštěvnost restaurace, útrata a následné tržby byly vypracovány na základě konzultace s majitelem restaurace Špejchar.

Restaurace zahájí každý den své činnosti obědovým menu, které bude nabízet za 85 a 145 Kč. Majitelka předpokládá návštěvnost 30 osob.

Pro zaměstnance obchodního centra bude obědové menu za sníženou cenu 75 Kč. Po dohodě s jednotlivými podniky je předpokládáno asi 30 osob každý den.

Odpolední provoz během všedních dnů bývá u mnoha restaurací v Boskovicích výrazně slabší než obědy či večeře. Majitelka se tedy rozhodla zákazníky v těchto hodinách motivovat k návštěvě nápojem zdarma a mezi 13. a 14. hodinou získáním 10% slevy na další návštěvu. Předpokládá tak návštěvnost 20 zákazníků, kteří utratí cca 150 Kč na osobu. V sobotu je předpokládaná návštěvnost v těchto hodinách asi 25 lidí, kteří zaplatí 150 Kč na osobu. V neděli, kdy restaurace nabízí zvýhodněné menu místo klasického jídelního lístku, je předpokládaná návštěvnost asi 40 zákazníků, kteří zaplatí 150 Kč na osobu.

Večeře od Po do Čt majitelka spatřuje jako slabší, odhaduje tedy návštěvu asi 20 zákazníků, kteří zaplatí 200 Kč na osobu. Páteční a sobotní večeře budou pro restauraci klíčové, majitelka očekává největší návštěvnost, jelikož mnoho lidí má po pěti dnech práce volno a chtějí se odreagovat s přáteli. Z toho důvodu volí restaurace jako ideální místo pro páteční a sobotní večer. Majitelka předpokládá návštěvnost asi 50 lidí, kteří utratí 300 Kč na osobu. Velkou tržbu majitelka spatřuje také v pronajmutí salonku, kdy předpokládá 40 lidí cca 5x měsíčně. V druhém roce majitelka předpokládá nárůst tržeb o 5 % a stejně tak i ve třetím roce je předpoklad zvýšení tržeb o 8 %. Přehled jednotlivých tržeb je uveden v následující tabulce.



Tab. 13 Přehled tržeb v restauraci v KČ

	měsíc	1. rok	2. rok	3. rok
obědy	51 000	612 000	642 600	694 008
obědy pro zaměstnance obch. centra	45 000	540 000	567 000	612 360
odpolední provoz 11 - 17 So	15 000	180 000	189 000	204 120
odpolední provoz 11 - 17 Ne	24 000	288 000	302 400	326 592
odpolední provoz 13 - 17 Po- Pa	60 000	720 000	756 000	816 480
večeře Ne - Čt	32 000	384 000	403 200	435 456
večeře Pa, So	120 000	1 440 000	1 512 000	1 632 960
pronajem salonku	60 000	720 000	756 000	816 480
celkem	407 000	4 884 000	5 128 200	5 538 456

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.8.4 Výkaz zisku a ztráty

V následující tabulce je uveden výsledek hospodaření za první tři roky podnikání. V ostatních službách jsou uvedeny náklady za reklamu, pronájem restaurace, wifi a telefon. Součástí spotřeby materiálu je pořízení surovin pro vyhotovení pokrmů a nákup hygienických prostředků. V ostatních provozních nákladech je zahrnuto pojištění. Součástí osobních nákladů jsou mzdy za zaměstnance včetně úklidové firmy.

Výsledek hospodaření je ve všech sledovaných letech kladný, což značí, že je podnik ziskový. Mírný pokles nastal ve druhém sledovaném roce, což je zapříčiněno především růstem nákladů za spotřebu materiálu či mzdy za zaměstnance. Ve třetím sledovaném roce již výsledek hospodaření opět roste.

Tab. 14 Výkaz zisku a ztráty v KČ

	1. rok	2. rok	3. rok
<b>Výkony</b>	4 884 000	5 128 200	5 538 456
Tržby z prodeje výrobků a služeb	4 884 000	5 128 200	5 538 456
<b>Výkonová spotřeba</b>	2 112 600	2 236 000	2 293 600
Spotřeba energie	165 000	170 000	175 000
Ostatní služby	207 600	203 600	203 600
Spotřeba materiálu	1 740 000	1 862 400	1 915 000
<b>Přidaná hodnota</b>	2 771 400	2 892 200	3 244 856
Osobní náklady	2 050 800	2 157 840	2 263 932
Odpisy dlouhodobého majetku	28 490	57 627	57 627
Ostatní provozní náklady	36 000	36 000	36 000
<b>Provozní výsledek hospodaření</b>	656 110	640 733	887 297
Daň z příjmu za běžnou činnost 19 %	124 661	121 739	168 586
<b>Výsledek hospodaření</b>	531 449	518 994	718 711

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.8.5 Výkaz cash flow

Výkaz cash flow (dále jen CF) neboli výkaz o peněžních tocích je vypočten pro první tři roky podnikatelské činnosti na základě příjmů a výdajů podniku. Majitelka na základě jednotlivých položek vypočítala provozní a investiční CF. Investiční CF bylo uvedeno pouze v prvním roce podnikání z důvodu odkupu majetku na začátku podnikání. Z tabulky č. 15 můžeme vidět, že pro všechny sledované roky je hodnota CF kladná, což značí, že má podnik dostatek peněžních prostředků.

Odpisy jsou uvedeny pod kladnou hodnotou, jelikož nejsou z podniku odváděny. Součástí mezd je i odvod sociálního a zdravotního pojištění. Pojištění restaurace je uvedeno v položce ostatní výdaje. Náklady na prodej jsou tvořeny spotřebou energie, materiálu, náklady za nájem, reklamu wifi a telefon.

Tab. 15 Výkaz cash flow v Kč

CF	1. rok	2. rok	3. rok
Počáteční stav peněžních prostředků	1 000 000	881 429	1 495 677
Tržby z prodeje	4 884 000	5 128 200	5 538 456
Náklady na prodej	-2 127 600	-2 256 000	-2 318 600
odpisy	28 490	57 627	57 627
Mzdy	-2 050 800	-2 157 840	-2 263 932
Ostatní výdaje	-36 000	-36 000	-36 000
Odvod státu za daň z příjmu za běžnou činnost	-124 661	-121 739	-168 586
<b>Provozní cash flow</b>	<b>573 429</b>	<b>614 248</b>	<b>808 965</b>
Nákup dlouhodobého majetku	-692 000	0	0
<b>Investiční cash flow</b>	<b>-692 000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>CF celkem</b>	<b>-118 571</b>	<b>614 248</b>	<b>808 965</b>
<b>Zůstatek peněžních prostředků</b>	<b>881 429</b>	<b>1 495 677</b>	<b>2 304 641</b>

Zdroj: vlastní zpracování

## 5 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo vytvořit podnikatelský plán pro společnost FORALL poskytující služby v oblasti gastronomie a následně zjistit, zda má tento záměr šanci uspět, prosadit se na trhu a zda bude majitelce přinášet zisk. Aby byly tyto údaje zjištěny, je potřebné znát informace o konkurenčním prostředí a přibližné vyčíslení nákladů a tržeb. Pro co nejreálnější údaje majitelka využila konzultace s vlastníkem restaurace Špejchar sídlící v Boskovicích, na jejímž základě byly všechny potřebné údaje vypočteny.

V úvodní části bakalářské práce byly uvedeny hlavní informace o restauraci FORALL, která bude podnikat na základě společnosti s ručením omezeným. Provozovna bude lokalizována v Boskovicích ve výhodné poloze v blízkosti centra. Součástí sortimentu budou nejen pokrmy pro klasické strávníky, ale převážně pro vegany, vegetariány a osoby trpící potravinovými alergiemi.

Součástí práce je analýza odvětví, v nichž byla vybrána potencionální cílová skupina zákazníků, ideální dodavatelé, kteří byli voleni převážně z řad místních dodavatelů, aby byla podpořena místní ekonomika a regionální výrobci. Nejdůležitější částí analýzy odvětví je zmapování konkurence. V práci je uvedeno 5 provozoven, jež jsou spatřovány jako největší hrozby pro podnik. I přestože jsou tyto podniky vnímány jako konkurenční, nenabízí zdaleka tak široký sortiment pro již zmíněnou cílovou skupinu strávníků. Mnohdy je velmi obtížné v těchto provozovnách najít vyhovující pokrm. Tato skutečnost by mohla být pro podnik velkou konkurenční výhodou.

Organizační struktura je tvořena z 6 pracovníků zaměstnaných na hlavní pracovní poměr a dvou brigádníků na základě dohody o provedení práce.

V poslední části práce je rozpracován finanční plán, který je nejdůležitější součástí podnikatelského plánu. Díky finančnímu plánu zjistíme, zda je z ekonomického hlediska reálné plán uskutečnit. Jelikož je práce inspirována realitou jiné provozovny, majitelka uvádí pouze jednu variantu, tedy realistickou. Z výsledků výkazu zisku a ztráty je patrné, že je podnik ve všech sledovaných letech ziskový. Pouze ve 2. sledovaném roce nastalo mírné snížení hospodářského výsledku, jež mohlo být zapříčiněno navýšením mezd a nákladů. Ve třetím sledovaném roce se hodnota již zvyšuje, což značí, že podnik je ekonomicky silný. Z vypracování podnikatelského plánu je zřejmé, že podnik má šanci na trhu uspět.

Vytvořený podnikatelský plán by se mohl stát základem pro vznik restaurace tohoto typu, který v Boskovicích i jeho okolí chybí. V současné době stále více osob volí zdravější životní styl ve formě vegetariánství a veganství nebo nuceně či záměrně vynechávají v potravinách lepek či laktózu. Z tohoto důvodu by mohl mít podnik ve zmiňované lokalitě šanci na úspěch.

## 6 Seznam použité literatury

### Přehled literárních zdrojů

- BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.
- BLACKWELL, Edward. *Podnikatelský plán: Business Guides. Průvodce pro malé a střední podnikatele*. Praha: Readers International, 1993. ISBN 80-901454-1-8.
- FORET, Miroslav. *Marketing pro začátečníky*. Brno: Edika, 2012. ISBN 978-80-266-0006-0.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy*. Druhé rozšířené vydání. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4670-8.
- KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALSKO. *Založení a řízení společnosti: společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost [CD-ROM]*. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0592-X.
- KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, c2007. ISBN 978-80-251-1605-0.
- KOTLER, Philip a Fernando TRÍAS DE BES MINGOT. *Inovativní marketing: jak kreativním myšlením vítězit u zákazníků*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0921-X.
- KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.)
- KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
- KOVÁŘ, František a Kateřina Hrazdílová Bočková. *Konkurenceschopný podnik: Ekonomika konkurenceschopného podniku*. Praha: Grada, 2016. ISBN 978-80-751-2608-5
- MALACH, Antonín. *Jak podnikat: po vstupu do EU*. Praha: Grada Publishing, c2005. ISBN 80-247-0906-6.
- MULAČOVÁ, Věra a Petr MULAČ. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4780-4.
- SRPOVÁ, Jitka, Ivana SVOBODOVÁ, Pavel SKOPAL a Tomáš ORLÍK. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.

- SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
- STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. V Praze: C.H. Beck, 200. ISBN 978-80-7179-926-9
- SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1992-4.
- SYNEK, Miloslav. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010. ISBN 80-7179-892-4.
- ŠMÍDA, Filip. *Zavádění a rozvoj procesního řízení ve firmě*. Praha: Grada, 2007. Management v informační společnosti. ISBN 978-80-247-1679-4.
- VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.
- VYSEKALOVÁ, Jitka. *Psychologie reklamy*. 4., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4005-8.
- WÖHE, Günter a Eva KISLINGEROVÁ. *Úvod do podnikového hospodářství*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-897-2.
- WUPPERFELD, Udo. *Podnikatelský plán: pro úspěšný start*. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-075-9.
- ZICHOVÁ, Jaroslava. *Živnostenské podnikání*. Ostrava: Key Publishing, 2008. ISBN 978-80-7418-001-9.
- ŽIVĚLOVÁ, Iva. *Podniková ekonomika*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2013. ISBN 978-80-7375-781-6.

### **Přehled elektronických zdrojů**

BUSINESSINFO. *Obchodní korporace: založení a vznik* [online]. 2014 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/obchodni-korporace-zalozeni-a-vznik-ppbi-50403.html#!&chapter=6>.

BUSINESSINFO. *V minulém roce vzniklo v ČR 29 tisíc obchodních společností, nejvíce za posledních 5 let*. [online]. 2017 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/v-minulem-roce-vzniklo-v-cr-29-tisic-obchodnich-spolecnosti-nejvice-za-poslednich-5-let-86353.html>

E-PRAVO. *Nový občanský zákoník – 16. Obchodní závod, pobočka* [online]. 2012 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/efocus/novy-obcansky-zakonik-16-obchodni-zavod-pobočka-87765.html>.

MPO. *Počty živností dle oborů v jednotlivých krajích* [online]. 2017 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/statisticke-udaje-o-podnikatelich/statistika-zivnosti--222296/>.

MPO. *Roční přehled podniků a živností* [online]. 2017 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/statisticke-udaje-o-podnikatelich/rocni-prehled-podnikatelu-a-zivnosti--222295/>

ZÁKONY PRO LIDI. *Zákon č. 455/1991 Sb.* [online]. 2017 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455>

ZÁKONY PRO LIDI. *Zákon č. 89/2012 Sb.* [online]. 2012 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>.

ZÁKONY PRO LIDI. *Zákon č. 563/1991 Sb.* [online]. 2017 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-563>

# Seznam zkratk

MPO Ministerstvo průmyslu a obchodu

EU Evropská unie

CF cash flow



# Seznam obrázků

Obr. 1	SWOT analýza	26
Obr. 2	Logo podniku	28

# **Seznam příloh**

<b>Příloha č.1 Interiér restaurace</b>	<b>61</b>
<b>Příloha č.2 Nástin Jídelního lístku</b>	<b>62</b>

# Seznam tabulek

<b>Tab. 1</b>	<b>Složky marketingového mixu: 4P a 4C</b>	<b>25</b>
<b>Tab. 2</b>	<b>Otevírací doba restaurace FORALL</b>	<b>31</b>
<b>Tab. 3</b>	<b>Odvod sociálního a zdravotního pojištění za zaměstnance v Kč</b>	<b>38</b>
<b>Tab. 4</b>	<b>Mzdy včetně sociálního a zdravotního pojištění za 1. rok podnikání v Kč</b>	<b>39</b>
<b>Tab. 5</b>	<b>Mzdy včetně sociálního a zdravotního pojištění za 2. rok podnikání v Kč</b>	<b>39</b>
<b>Tab. 6</b>	<b>Mzdy včetně sociálního a zdravotního pojištění za 3. rok podnikání v Kč</b>	<b>39</b>
<b>Tab. 7</b>	<b>SWOT analýza restaurace</b>	<b>42</b>
<b>Tab. 8</b>	<b>Náklady na vybudování restaurace v Kč</b>	<b>45</b>
<b>Tab. 9</b>	<b>Zahajovací rozvaha podniku v Kč</b>	<b>45</b>
<b>Tab. 10</b>	<b>Provozní náklady podniku v Kč</b>	<b>46</b>
<b>Tab. 11</b>	<b>Výčet odkupovaného majetku v Kč</b>	<b>47</b>
<b>Tab. 12</b>	<b>Roční odpisy konvektomatu v Kč</b>	<b>48</b>
<b>Tab. 13</b>	<b>Přehled tržeb v restauraci v Kč</b>	<b>49</b>
<b>Tab. 14</b>	<b>Výkaz zisku a ztráty v Kč</b>	<b>49</b>
<b>Tab. 15</b>	<b>Výkaz cash flow v Kč</b>	<b>50</b>

# **Přílohy**

## Příloha č. 1 Interiér restaurace



Zdroj: <http://www.liveinitt.cz/inpage/interiery-restaurace/>

## Příloha č. 2 Nástin jídelního lístku

	předkrmy		
100g	Hovězí tatarák z pravé svičkové a topinkami s česnekem	145,-	K
100g	Tatarák z lososa, opečený toast	145,-	K
100g	Grilovaný kozí sýr s parmskou šunkou a rozmarýnovým medem na trhaném salátku	95,-	K,Vege,LF,L
80g	Cherry rajčata s mozzarellou a bazalkovým pestem, opečený toast	80,-	K,Vege,LF,L,vega
	sushi 10 ks	120,-	K,Vege,LF,L,vega
	Polévky		
0,33l	brokolicev krém	30,-	K,vege,LG,L,vega
0,33l	Hovězí vývar	30,-	K,LF,L
0,33l	domácí bramboračka s hříby	30,-	K,vege,LG,L,vega
	dle denní nabídky		
	hlavní jídla		
400g	Bramborové noky se šenátem, sýr, vejce, losos	170,-	K,LF,L
160g	Domácí hovězí burger se slaninou, bramborová sláma	120,-	K,LK
160g	Domácí vegan burger (brokolicevá placka, rajče, vega sýr, sojonéza, cibulka). Bramborová sláma	130,-	K,LF,L,Vega,Vege
	Domácí hovězí guláš, bramboráčky, houskový knedlík	155,-	K,LF
	Rizoto s robí masem, zeleninou a vega sýrem	120,-	K,LF,L,Vega,Vege
	špagety se sojovou omáčkou a vega sýrem	90,-	K,LF,L,Vega,Vege
200g	Medailonky z vepřové panenky podávané se sušenými rajčaty s česnekem a petrželovým kus kusem	170,-	K,LF,L
200g	Grilovaná panenka plněná špenátem a sušenými rajčaty, omáčka demi-glace, bramborové grenaille	190,-	K,LF,L
200g	marinované robí plátky, dýňové pyré, bramborové noky	170,-	K,LF,L,Vega,Vege
300g	karbanátky robí se zelím s bramborovou slámou	110,-	K,LF,L,Vega,Vege
300g	tofu špisy se steakovou marinádou s bramborovou slámou	120,-	K,LF,L,Vega,Vege
150g	Kuřecí prso s restovanými žampiony a bylinkami, bramborové grenaille	160,-	K,LF,L
200g	Filet ze pstruha na listovém salátu s citrusovou omáčkou a opečeným toastem	175,-	K
	saláty		
	Listové saláty s kuřecími stripsy a pikantním dresingem, opečený toast	110,-	K,LF,L,Vega,Vege
	Těstovinový salát se zeleninou a kuřecím masem (lososem,seitan) dresing	100,-	K,LF,L,Vega,Vege
	Listové saláty s bazalkovým pestem, mozzarellou a cherry rajčátky, opečený toast	100,-	K,LF,L,Vega,Vege
	dětská jídla		
100g	Smažený kuřecí řízek s vařenými brambůrkami	70,-	K,LF,L
100g	jahodové knedlíky s tvarohem a smetanou	70,-	K,LF,vege,vega
	dezerty		
	Domácí lívanečky se zakysanou smetanou	75,-	K,LF,L,vege,vaga
	Cheesecake s omáčkou z lesního ovoce	70,-	K,LF,L,vege,vaga
	Jablečný závin se šlehačkou a vanilkovou zmrzlinou	50,-	K,LF,L,vege,vaga

Zdroj: Vlastní zpracování