



**Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics**

**Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice**

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Diplomová práce

Podnikatelský koncept zařízení stravovacích služeb v podmínkách urbanizace

Vypracovala: Bc. Hana Hájková
Vedoucí práce: Ing. Roman Švec, Ph.D.
České Budějovice 2014

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Hana HÁJKOVÁ**
Osobní číslo: **E11856**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Podnikatelský koncept zařízení stravovacích služeb v podmínkách urbanizace**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Zásady pro vypracování:

Cíl práce:

Analýza nabídky stravovacích služeb a jejich substitutů ve vybrané urbaní struktuře, zhodnocení možností při založení podniku stravovacích služeb ve vymezené oblasti. Návrh podnikatelského konceptu zařízení stravovacích služeb ve zkoumané oblasti na základě průzkumů zákaznických potřeb, vyjádření místní samosprávy a dalších organizací.

Metodický postup: Iloubková rešerše na základě studia dostupné odborné literatury

1. Specifikace objektu a subjektu zkoumání, cíle a metod řešení
2. Zdůvodnění funkce a významu výstavby stravovacích zařízení v urbánních strukturách
3. Analýza současného stupně rozvoje podniků stravovacích služeb, nebo jejich substitutů ve vybraném území
4. Návrh podnikatelského konceptu dle zjištěných skutečností

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury.

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 60 - 80 stran
Forma zpracování diplomové práce: tištěná
Seznam odborné literatury:


- Beránek, J., Kotek, P. *Řízení hotelového provozu*. Praha: MAG Consulting, 2007.
Beránek, J. *Provzdušujeme pohostinství a ubytování*. Praha: MAG Consulting, 2004.
Černý, J., Krupička, J. *Moderní hotel*. Úvaly: Ratio, 2007.
Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Hoboken: Wiley, 2009.
Hesková, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2011.
Horner, S., Swarbrooke, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing, 2003.
Křížek, F., Neufus, J. *Moderní hotelový management*. Praha: Grada Publishing, 2011.
Metz, R., Grünnor, H., Kessler, T. *Restaurace a host*. Praha: Europa - Sobotáles cz., 2008.
Orieška, J. *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis, 2010.
Smetana, F., Krátká, E. *Podnikání v hotelnictví a gastronomii*. Praha: Fortuna, 2009.
Sýkora, L. *Suburbanizace a její sociální, ekonomické a ekologické důsledky*. Praha: Ústav pro ekopolitiku, 2002.
Telfer, J.D., Sharpley, R. *Tourism and development in the developing world*. Oxon: Tailor&Francis, Routledge, 2008.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Roman ŠVEC, Ph.D.
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zaslání diplomové práce: 15. února 2012
Termín odevzdání diplomové práce: 16. dubna 2013


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
STUDENTŮVA 12
370 05 České Budějovice


Ing. Václav VOJTKO, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2012

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to – v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou – elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, že by toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 15. dubna 2014

Bc. Hana Hájková

Poděkování

Chtěla bych poděkovat za spolupráci a poskytnutí informací tajemnici městského úřadu v Kolodějích, paní Iloně Chalupské, dále vedoucímu stavebního úřadu v Újezdě nad Lesy, panu Ing. Janku Kuprovi, dále také paní Zuzaně Voříškové a paní Věnceslavě Mičánové z živnostenského odboru městského úřadu pro Prahu 21. Největší poděkování patří vedoucímu práce panu Ing. Romanu Švecovi, Ph.D. za trpělivé vedení práce a poskytnutí důležitých rad a připomínek. V neposlední řadě bych ráda poděkovala všem ostatním, kteří mi byli v rámci zpracování nápomocní.

Bc. Hana Hájková

Obsah

1	Úvod.....	4
2	Literární přehled.....	6
2.1	Urbanizační proces	6
2.2	Suburbanizace	7
2.2.1	Pojem suburbanizace	7
2.2.2	Formy suburbanizace.....	8
2.2.3	Druhy suburbanizace	9
2.2.4	Důsledky suburbanizace	10
2.3	Potřeba	12
2.4	Produkt.....	13
2.5	Služba.....	13
2.6	Podnikání	15
2.7	Založení podniku	17
2.7.1	Podnikatelský plán.....	18
2.8	Živnost	22
2.9	Stravovací služby.....	24
2.9.1	Stravovací zařízení	25
2.9.2	Kategorizace stravovacích zařízení	26
3	Cíle a metody práce.....	30
3.1	Cíle práce	30
3.2	Metodika práce	30
4	Analýza současného stavu.....	33
4.1	Vymezení zkoumaného území.....	33
4.1.1	Charakteristika zkoumaného území	33

4.1.2	Občanská vybavenost MČ Praha - Koloděje.....	36
4.1.3	Kultura a volný čas.....	37
4.1.4	Stravovací zařízení v MČ Praha - Koloděje	37
4.2	Řízené rozhovory.....	39
4.3	Dotazníkové šetření	44
4.4	Souhrn zjištěných dat.....	57
4.5	Vlastní pozorování.....	60
5	Podnikatelský koncept	62
5.1	Charakteristika podniku.....	62
5.2	Záměr a cíle podnikání	63
5.3	Materiálně-technické podmínky	64
5.4	Specifikace produktu a výrobního procesu.....	65
5.5	Personální zajištění	66
5.6	Konkurence	67
5.7	Zákazníci.....	68
5.8	Marketingový mix.....	68
5.9	Ekonomické propočty	71
5.9.1	Výdaje.....	71
5.9.2	Odpisy.....	74
5.9.3	Příjmy	75
5.9.4	Finanční zdroje	77
5.9.5	Hospodářské výsledky.....	77
5.9.6	Doba návratnosti investic	78
5.10	Vize podniku.....	79
6	Závěr	80

7	Summary and key words	82
8	Seznam použité literatury	83
9	Seznam tabulek, grafů a obrázků	90
9.1	Seznam tabulek	90
9.2	Seznam grafů	90
9.3	Seznam obrázků	91
10	Seznam příloh	92

1 Úvod

Stravovací služby jakožto základní služba v cestovním ruchu mají také podstatný význam mimo cestovní ruch, tedy jakožto součást základní vybavenosti lidských sídel. Přestože ekonomická krize poznamenala jak cestovní ruch, tak další odvětví, lidé stále navštěvují podniky stravovacích služeb, které naplňují mnohé lidské potřeby od základních přes ty společenské. Právě významem zařízení stravovacích služeb v lidských sídlech, přesněji v urbanizovaných sídlech, se bude zabývat tato práce, a to zvláště z hlediska prospěšnosti takových zařízení na územích, která jsou ovlivněna urbanizačními procesy.

Cílem práce je navrhnout podnikatelský koncept zařízení stravovacích služeb ve vybraném území, jímž je městská část Praha Koloděje. Tvorba tohoto konceptu se odvíjí především na základě studia odborné literatury. Nezbytnou součástí je vymezení zkoumaného území, které zahrnuje i analýzu nabídky stravovacích služeb ve zkoumaném území. Dalším krokem je zjištění současné situace a potřeby obyvatel prostřednictvím řízených rozhovorů s představiteli místní samosprávy a následované dotazníkovým šetřením, díky němuž zjistím potřeby místních obyvatel, respektive potenciálních zákazníků. V rámci analýzy současného stavu je zahrnuto i vlastní pozorování, a to z toho důvodu, že v této městské části žijí šestnáct let. Na základě získaných primárních a sekundárních dat je navržen podnikatelský koncept, jeho části jsou podrobněji popsány včetně možností do budoucna. Výsledky jsou shrnuty v závěru práce.

Toto téma jsem si zvolila z toho důvodu, že ve vybraném území žiji několik let, tudíž jej znám a mohu sama posoudit situaci ve zkoumaném území, tedy i přesněji zkonstruovat podnikatelský koncept. Dalším důvodem je to, že se jedná o suburbánní strukturu, která vznikla vlivem urbanizačních procesů, což je aktuálním tématem, při přihlédnutí k současnému rozšiřování mnoha obcí a městských částí nejen po celé České republice. Všichni vnímáme viditelné důsledky urbanizačních procesů, ale ty následky, které jsou okem nepostřehnutelné (pokud nejsme součástí takového procesu), ani samotný člověk nezvažuje, stejně tak jako řešení, která by mohla vzniklé důsledky zpomalit či odstranit. Prostřednictvím této práce bych ráda vytvořila návrh projektu, který by měl vliv speciálně na podporu sociální atmosféry, jež je narušena právě urbanizačními procesy.

Také je nutné upřesnit užívání slov „oblast“ a „území“ v této závěrečné práci. Katedra urbanismu a územního plánování stavební fakulty ČVUT v Praze (2011) charakterizuje území jako sociálně zkonstruovanou nebo sociálně vyprodukovanou část environmentálního prostoru, která je založena na sociálních i materiálních vztazích. Důvodem, proč je nutné upřesnit tuto terminologii je, že v případě zadání této závěrečné práce byl použit pojem „oblast“, avšak při zpracování práce budu používat termín „území“. Geografové tyto dva pojmy považují za synonyma.

2 Literární přehled

2.1 Urbanizační proces

Pojem urbanizační proces neboli urbanizaci lze chápat v několika směrech. Dle Sýkory & Posové (2011) může jít o geografický a sociologický pohled. Z geografického hlediska se jedná o prostorové uspořádání společnosti. Zde hraje značnou roli pojem region¹. Z hlediska sociologického, tento proces způsobuje změny ve struktuře a organizaci společnosti. Dále také uvádějí, že si lze zmíněný termín vyložit jako „obecné označení vývoje v městském regionu“ nebo „proces koncentrace obyvatel do měst“. Slovo urbanizace se skládá se z latinského slova „urbs“, to znamená město (zejména velké). Proto je někdy používán pojem „poměšťování“ jako synonymum. Slovník cizích slov vysvětluje urbanizaci „soustředováním hospodářského a kulturního života do velkých měst na úkor venkova“ (ABZ slovník cizích slov, 2014). Dle Ouředníčka (2012b) lze urbanizaci chápat jako proces, při němž dochází k poměšťování města, ať už ve formě rozšiřující se městské zástavby, přílivu obyvatelstva, nebo i „poměštění“ způsobu života místních. Musil 2002 (in Toušek et al., 2008) uvádí následující definici urbanizace jako: „změnu sociálně-prostorových forem společnosti v důsledku společenské modernizace“. Zmíněný autor dále dodává, že se nejedná pouze o růst měst, ale přináší s sebou mnoho sociálních a kulturních změn. Ve své práci budu vycházet ze všech zmíněných charakteristik, vzhledem k tomu, že pojem urbanizace je spojen s velkým množstvím prvků, jako např. člověk, životní styl, státní správa a její organizace, krajina, architektura a mnoho dalších.

Urbanizační procesy mají dle Sýkory & Posové (2011) čtyři formy. Jedná se o urbanizaci samotnou, dále suburbanizaci, desurbanizaci a reurbanizaci. Všechny zmíněné formy jsou zároveň vývojovým stádiem městských regionů. To, ve kterém stádiu vývoje se město nachází, popisují různé teorie a modely, například Model stádií vývoje měst dle van den Berga (Sýkora & Posová, 2011), jež obecně bývají založeny na sledování růstu a úbytku obyvatelstva v jádru/zázemí. Z toho vyplývá, že charakteristikou jednotlivých stádií vývoje

¹ Pro „region“ existuje mnoho definic vzhledem k různým druhům pojetí. Toušek et al. (2008, 373) popisuje region jako „více či méně omezený složitý dynamický prostorový systém, který vznikl na základě interakce přírodních a sociálně-ekonomických jevů a procesů, a dále také vykazuje určitý typ organizační jednotky, jež se odlišuje od ostatních regionů“.

měst je aktuální fluktuace obyvatelstva. Přestože se jednotlivé formy urbanizačních procesů liší, mohou probíhat v jednom městském regionu současně. Pro vysvětlení zmíněných procesů je třeba upřesnit pojem „jádro“ a „zázemí“ města. Posová & Sýkora (2011) definují jádro jako kompaktní město v podobě souvisle urbanizovaného území. Zázemím se rozumí příměstská zóna, jež je intenzivně funkčně spojena s jádrovým městem. Urbanizace samotná byla popsána na začátku této kapitoly, kdy lze jednotlivé myšlenky autorů shrnout tak, že se jedná o růst městského regionu více v jádru než v zázemí. Podrobnější charakteristiku jednotlivých procesů uvádí Posová & Sýkora (2011). Pro suburbanizaci je příznačný převažující růst zázemí než jádra. Tento pojem bude vysvětlen podrobněji dále. Desurbanizace a reurbanizace spočívá v úbytku městského regionu. Při desurbanizaci dochází k poklesu počtu obyvatel v jádru a tento pokles přesahuje přírůsteky v příměstské zóně. Reurbanizace spočívá v celkovém úbytku městského regionu, tento proces má dvě formy. Jednou možností je značný úbytek v zázemí, jelikož jádro už nemá co ztrácet. Druhou možností je převažující pokles zázemí nad příbytkem v jádru.

2.2 Suburbanizace

2.2.1 Pojem suburbanizace

Jak bylo řečeno v předešlé subkapitole, jedná se o formu urbanizačních procesů, tzn. vývojové stádium městského regionu, s čímž souhlasí i Sýkora (2002). Pojem suburbanizace je odvozen ze slova suburb (z angličtiny), které lze chápat jako předměstí, často označováno za satelitní městečka (Ouředníček, 2012a). Dle Ouředníčka (2010) jde také o změnu funkčního využití území, má tedy vliv i na architekturu a dosavadní infrastrukturu. Sýkora (2002) zjednodušeně popisuje suburbanizaci jako růst obyvatelstva v příměstské zóně. Doplňuje, že ji lze také chápat jako nepřetržité změny sociálního a fyzického prostředí z venkovského na (před)městské, (sub)urbánní – jedná se také o změnu způsobu života obyvatel. Dle Ouředníčka (2012a) je nejvýraznějším znakem suburbanizace stavební aktivita a pozitivní impuls pro společenské aktivity na předměstích. Zároveň zdrojovou oblastí suburbanizace je jádrové město (Ouředníček, 2012a). Dochází k prostorovému rozpínání oblasti do okolí města a přiléhající krajiny (Sýkora, 2003). Szentesiová (2009) popisuje tento jev jakožto součást rozvoje současných metropolí, který se cyklicky opakuje.

Sýkora (2003) v tomtéž článku doplňuje, že pro suburbanizaci je charakteristická tvorba suburbií, tzn. rezidenčních čtvrtí střední třídy, kde existuje převaha rodinných domů postavené za městem, na němž jsou funkčně závislé (Fishman in Ouředníček, Špačková & Novák, 2013). Z výše zmíněných charakteristik vyplývá, že suburbia jsou nově vzniklá či stavebně rozšířená předměstí, která obklopují větší města. Dle Sýkory (2003) vzniká přemístěním domácností a firemních aktivit z kompaktního města (jádra) do zázemí, nebo migraci z jiných částí země, případně jejich novým vznikem přímo v zázemí. Ouředníček (in Sýkora, 2002) uvádí, že se nejedná pouze o nárůst počtu obyvatel, ale dochází k přeměnám v infrastruktuře a architektuře. Suburbanizační, urbanizační procesy taktéž, zásadně poznamenávají sociální strukturu obyvatelstva (Sýkora, 2002; Ouředníček et al., 2013).

Pojmy urbanizace a suburbanizace jsou úzce propojené. Sýkora (2002) uvádí, že suburbanizaci je možné chápat jako součást procesu urbanizace, na druhé straně i jako její protiklad. V užším slova smyslu proces urbanizace představuje koncentraci obyvatel, v širším pojetí zahrnuje další procesy vývoje města, jako je například suburbanizace. Szentesiová (2009) vysvětluje zmíněné procesy na příkladu Pražského městského regionu, ten se původně skládal pouze z centrálních částí rozkládajících se v blízkosti řeky Vltavy. Nynější městské části jako jsou Vinohrady, Smíchov, Holešovice a mnoho dalších, bývaly suburbii, a až po jejich připojení k Praze se staly vnitřním městem, tzn. v případě dnešních přírůstků obyvatel v těchto městských částech, se jedná o urbanizaci. Tento proces rozpínání hlavního města Prahy je vyobrazen v příloze č. 1. – Územní růst hlavního města Prahy podle katastrálních území.

2.2.2 Formy suburbanizace

Nejedná se pouze o rozšiřování území prostřednictvím výstavby bytových jednotek. Dle funkce můžeme rozlišovat dvě formy suburbanizace:

Komerční suburbanizace – tzn. pracovní a obslužná. Jsou umístěny především v blízkosti významných silničních/dálničních tahů a jedná se především o nákupní a průmyslové zóny. Často dochází k přesunu některých funkcí z městského centra mimo území města (Ouředníček, 2012a). Příčinou jejich umístění je rozdíl v ceně pozemků ve městě a na předměstí. Na druhé straně indukují růst přepravních výkonů osobní a nákladní silniční dopravy (Szentesiová, 2009).

Rezidenční suburbanizace – tzn. obytná. V podobě výstavby nových bytových jednotek vyrůstají rezidenční suburbia – satelity. Ouředníček (2012a) uvádí, že se jedná o výstavbu rodinných domů v okolí a zároveň o odliv obyvatel z jádrového města. Původem vzniku a rozšiřování tohoto druhu urbanizačního procesu je sen o nejdokonalejším bydlení. Vlastní dům je také cílem životního snažení a představuje určitý komfort, luxus a životní úroveň (Hnilička, 2005). V této teorii se Hnilička (2005) shoduje se Szentesiovou (2009), ta dodává, že o vlastním bydlení v rodinném domě na předměstí je pomýšleno jako o levnějším a zdravějším bydlení. Dle Sýkory (2003) dalšími charakteristikami suburbanizace je přeměna životního stylu venkovského obyvatelstva na městský, dále také indukována potřeba mobility obyvatel, a to z toho důvodu, že dochází k oddělení místa bydliště a místa zaměstnání. Ouředníček (2012a) uvádí, že existuje několik typů těchto suburbií a každý má jiný zásah do krajiny. Nejextrémnějším je tzv. „urbansprawl“, v českém jazyce se používá „sídelní kaše“, v České republice méně běžný. Jedná se o nekoordinované a živelné rozpínání města do okolní volné krajiny. Dalším typem je tzv. „edge cities“, tedy okrajová města, jež bývají komplexně vybavená, na rozdíl od klasických suburbií, kde toto bývá většinou hlavní problém.

Na předměstích tedy lze postavit jak nákupní/zábavní centrum, tak zástup rodinných domů. Tyto dva aspekty jsou v dnešní době provázané, vzhledem ke vzájemné vzdálenosti a v dnešní době nutnosti cestovat téměř za každodenní potřebou.

2.2.3 Druhy suburbanizace

Rozlišujeme vnitřní a vnější suburbanizaci. Szentesiová (2009) popisuje, že Pražského regionu se týkají oba dva druhy.

Vnější suburbanizace představuje růst komerčních a rezidenčních zástaveb na předměstí. Typická je v okolních regionech Prahy (okresy Praha – východ, Praha – západ), nebo Brna (Brno – venkov, Vyškov, Blansko) a v okolí dalších větších měst.

Vnitřní suburbanizace je charakterizována extenzivním růstem městských částí, jež bývaly samostatné obce, vyskytující se ve vnějším pásu správního území města.

2.2.4 Důsledky suburbanizace

Jak již bylo zmíněno, urbanizační procesy obecně lze popsat jako sociálně-prostorové změny v uspořádání společnosti. Každá změna přináší určité důsledky, ať už pozitivní, či negativní. „*Důsledky mohou být hodnoceny pozitivně z ekonomického hlediska, mohou přinášet negativní dopady sociální nebo environmentální a naopak*“ (Sýkora, 2003). Tyto dopady vznikají nejen v té konkrétní oblasti, ale v celém jejím okolí. Autoři (Sýkora, 2002; Ouředníček & Temelová, 2010; Szentesiová, 2009) uvádějí výčet těchto dopadů a dělí je na různé skupiny, zvolila jsem proto jejich kombinaci.

Fyzické důsledky

Prvním, asi nejznatelnějším důsledkem je dopad suburbanizace na krajinný obraz území i jejího okolí. Areály rodinných domů, průmyslové zóny, apod. zabírají poměrně značnou část půdy, dochází k úbytku a rozpadu volné krajiny, zemědělské a lesní půdy. Na tomto se Ouředníček (2010) i Sýkora (2002) shodují. Ouředníček & Temelová (2008) doplňují, že nynější výstavby rodinných domů jsou mnohokrát vystavěny s minimální návazností na existující osídlení a do budoucna by bylo z hlediska udržitelnosti vhodné, aby nové plochy bytových jednotek vznikaly v návaznosti na zástavbu stávajících sídel. Konkrétně je tím myšlena základní občanská vybavenost (zdravotní péče, vzdělávací instituce), dále obslužnost hromadnou dopravou, komunální služby, dostupnost veřejných prostor². Dále také většinou tyto rezidenční zóny nejsou stejným místem pro výkon povolání. Nebývá zde dostatečná kapacita vzdělávacích institucí (zvláště mateřské školy) a vzniká tak nutnost dojíždět. Důsledkem této neprovázanosti je nárůst automobilové dopavy, tím pádem zatížení komunikační sítě, zvýšení emisních zplodin a v neposlední řadě nedostatek parkovacích míst (Sýkora, 2002). Na druhé straně Ouředníček & Temelová (2008) popisují, že příliv nových obyvatel a vznesení jejich požadavků na místní správní orgán zajišťuje zlepšení místní infrastruktury, případně zavedení nových služeb.

Szentesiová (2009) popisuje další problém, který spočívá v nedostatečné kapacitě čistítky vod a odpadních cest. Důsledkem bývá přesouvání těchto potřeb do sousedních obcí.

² „Veřejné prostory využívané původním obyvatelstvem i novými rezidenty slouží vždy jako místo setkávání a společných aktivit a zkracuje sociální vzdálenost mezi různými skupinami obyvatel.“ (Temelová & Ouředníček, 2008).

Macešková & Ouředníček (2008) uvádí, že touto problematikou dále souvisí finanční příjmy a výdaje rozpočtů obcí. Finanční příjmy s přílivem nových obyvatel sílí, ale to jen v případě, že v té obci mají hlášený trvalý pobyt. Stejně tak je tomu i u firem. Tzn., v případě nenahlášení trvalého pobytu nejsou výdaje obce za toho konkrétního člověka/podnik kryty příjmy.

Sociální důsledky

Sociální důsledky jsou sledovány především v případě rezidenční suburbanizace. To vyplývá i z její podstaty; je obývána lidmi, kteří zde jedí, spí, vychovávají své děti, tráví svůj volný čas. Ouředníček & Temelová (2008) uvádějí, že vlivem procesu tohoto jevu dochází ke změně způsobu života „suburbanizujících“ se obyvatel, jelikož původní obyvatelstvo se dostává do styku s městskými funkcemi a městským životním stylem. Nově přichozí obyvatelé si přinášejí své obyčeje, způsoby chování, volnočasové aktivity, což ovlivňuje původní obyvatelstvo.

Sýkora (2002) a Ouředníček & Temelová (2008) se shodují na charakteristice těchto dvou skupin obyvatel. Jedná se o demografické rozdíly mezi původními obyvateli a nově přistěhovanými, jež jsou příčinou některých sociálních důsledků. Nově přistěhovaní lidé mívají nižší věkový průměr, utvářejí úplné rodiny, či jsou to mladé páry, jež mají v úmyslu založit rodinu. Dále tyto osoby bývají středoškolsky/vysokoškolsky vzdělaní a spadají do vyšší příjmové kategorie (mohou si splnit svou potřebu/svůj sen o vlastním bydlení). Tato charakteristika může přispívat jak k posílení sociálního prostředí obce, ale také k problémům, jež jsou vyvolány sociální nerovností těchto dvou skupin. Tato nerovnost může být bariérou v komunikaci mezi původními a novými obyvateli. Puldová & Ouředníček (2006) popisují problematiku sociálních problémů v suburbánních strukturách, jež se projevuje v podobě sociální separace a ztrátě sociální soudržnosti. To je způsobeno prostоровým a sociálním odloučením původních a nových obyvatel obce, dále minimální integrací těchto dvou skupin obyvatel a nevelká účast nově přistěhovaných obyvatel na životě obce.

Výše bylo zmíněno, že se lidé stěhují do zdravějšího prostředí, a tím vzniká vzdálenost mezi místem bydliště a místem vykonávání pracovních povinností (vzdělávacích institucí apod.), kterou je nutno překonávat. Sýkora (2003, 227) uvádí: „*Hodiny strávené na seda-*

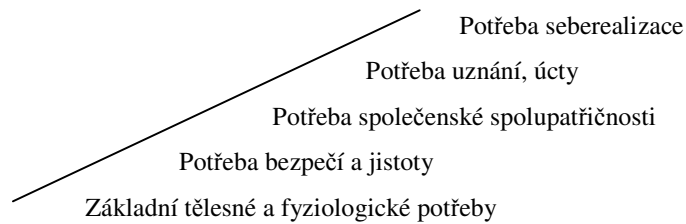
dlech automobilu navíc přispívají k tomu, že lidé mají méně času na rodinu, sousedy a komunitní aktivity. Suburbanizace tak přispívá k narůstající individualizaci, ztrátě sociální soudržnosti, oslabování sociálního kapitálu a občanské společnosti. “Z toho vyplývá, že člověku vzniká omezení při společenském kontaktu. Na druhé straně nově přistěhovalí lidé mají možnost nasytit tuto společenskou potřebu mezi původními obyvateli, novými obyvateli (sousedy) místními podniky či na veřejných prostranstvích a může tak dojít k vzájemné aklimatizaci obou částí osídlení. Dle Ouředníčka & Temelové (2008) je v suburbíích tento společenský problém podpořen nedostatkem prostorů pro setkávání a sociální interakce, jako je například náměstí, klub, restaurace, kavárna.

Zde se střetává souvislost mezi fyzickými a sociálními důsledky suburbanizace, které jsou ve výsledku založené na potřebách lidí, jako je mít kde spát, jíst, pracovat, vzdělávat se, vychovávat a nechat vyrůstat své děti, trávit volný čas apod. To vše představuje chování spotřebitele, který se snaží rozdělit svůj příjem, aby uspokojil své potřeby co nejlépe (Macáková et al., 2002).

2.3 Potřeba

Potřeba je svázána s člověkem, ale také s podnikem. Lze ji charakterizovat jako rozdíl mezi stavem současným a požadovaným (očekávaným), Boučková et al. (2001). Dle Morrisona (1995) se jedná o mezery mezi tím, co zákazník má a co by chtěl mít. „*Potřeby zákazníků uspokojuje podnikatel svými výrobky a službami prostřednictvím trhu.*“ (Synek et al., 2006, 3). Jakubíková (2009) uvádí, že lidské potřeby jsou ovlivňovány kulturou a celkovým prostředím společnosti, ve které jednotlivec žije a organizace podniká. Boučková et al. (2001) dále popisuje Maslowovo členění potřeb do pěti skupin (obrázek 1) a současně princip uspokojování těchto potřeb. Ten spočívá v tom, že splnění vyšších potřeb je podmíněno a vyvoláno naplněním potřeb nižších. V předchozí kapitole byly zmíněny potřeby lidí žijících v suburbánních oblastech, jejich potřeby zapadají do následující pyramidy.

Obrázek 1: Maslowova pyramida potřeb



Zdroj: Morrison (1995), str. 74

Synek et al. (1998) popisují potřebu, jež se projevuje pocitem nedostatku. Člověk se pak snaží o odstranění tohoto pocitu a jednou z možností může být spotřeba vyrobeného zboží a poskytnutých služeb. Poskytované zboží i služby jsou považovány za produkt nabízený trhem.

2.4 Produkt

Existuje mnoho definic tohoto pojmu, žádná není stanovena za univerzální. Dibb, Simkin, Pride & Ferrell (1994) uvádějí, že produkt může být cokoli v podobě služby, zboží, myšlenky či kombinace všech zmíněných, jež jsou získány výměnou, ať už je to výhodné nebo nevýhodné. Dále popisují hmotný a nehmotný charakter produktu a užitné hodnoty, které může produkt zákazníkovi přinést. Dle Srpové et al. (2010) je produktem cokoli, co slouží k uspokojování potřeb zákazníků. Tomek & Vávrová (2001) se s tímto názorem ztotožňují. Doplnují navíc skutečnost, že se v produktech odráží zákaznickova přání i jeho potřeby a současně tak nabízejícímu přináší informace, jaké funkce a jaký užitek existujícímu i potenciálnímu zákazníkovi produkt přinese.

2.5 Služba

V předchozí subkapitole bylo zmíněno, že produktem může být i služba. Horner & Swarbrooke (2003) charakterizují službu jakožto nehmotný výsledek práce lidí nebo strojů. Podle Kotlera & Kellera (2001) je služba jakákoliv činnost případně schopnost, kterou nabízí jedna strana druhé; nepřináší vlastnictví, ale pouze prospěch. Boučková et al. (2001) charakterizují poskytování služeb jako součást nabídky podniku, jež je na trhu k dispozici.

Bednářová & Parmová (2003) vysvětlují službu jako komplex úkonů, pro něž je charakteristická nehmotnost, nedělitelnost, neoddělitelnost od poskytovatele a pomíjivost.

Morrison (1995) uvádí stejné charakteristiky, ale navíc doplňuje místní a časovou vázanost služeb (kdy je většina služeb vyráběna i spotřebovávána na stejném místě), dále upozorňuje na distribuční cesty (kdy v případě služeb fyzicky žádné neexistují) a podmíněnost výdajů, jež jsou proměnlivé v závislosti na odlišnosti požadavků zákazníků.

Další charakteristické vlastnosti služeb uvádí i Horner & Swarbrooke (2003), ty se z větší části opět shodují s Kotlerovským pojetím. Popisují navíc neexistenci vlastnictví, což se váže k nehmotnosti. Zákazník po zakoupení služby nevládní nic nového, vzhledem k tomu, že většina služeb přináší převážně uspokojení služeb. Druhým, odlišným, bodem je různorodost, jež vychází z toho, že služby jsou z větší části spojeny s člověkem, který ji poskytuje. Je téměř nemožné službu poskytnout úplně totožně jako naposledy.

Dle Kotlera & Kellera (2001) lze rozlišovat služby, na základě toho, do jaké míry tvoří fyzický produkt a služba celkovou nabídku. Vzhledem k tématice této práce zmíním pouze tzv. hybrid, jelikož v případě stravovacích služeb se jedná právě o tento druh nabídky, což představuje rovný podíl služby zákazníkovi a fyzického produktu.

Tuto Kotlerovu charakteristiku uvádí i Tomek & Vávrová (2001) a doplňují, že v případě služby je nutno brát v potaz i míru integrace externího faktoru do procesu tvorby výkonu a dále také orientaci aktivit na potřeby zákazníků ve smyslu individualizace jejich potřeb.

Výše uvedené charakteristiky služeb hrají významnou roli v tom, že se marketingový mix u služeb liší od marketingového mixu výrobků (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008). Marketingový mix výrobků lze chápat jako souhrn všech nástrojů (produkt, cena, distribuční cesty a marketingová komunikace), které vyjadřuje vztah ke všem zainteresovaným osobám, uvádí Boučková et al. (2001). O rozšířeném marketingovém mixu mluvíme v případě služeb, kdy se k zmíněným nástrojům připojuje nástroj specifický pro služby – lidský faktor (Hesková, Beránek, Dvořák & Oriška, 2006). Tito autoři dodávají, že role personálu v sektoru služeb má nepostradatelný význam a bez profesionálně zdatného personálu nelze prakticky službu nabídnout.

2.6 Podnikání

Výše zmíněné služby a vyrobené zboží jsou nabízeny ke směně na trhu, kdy v tomto případě se jedná o trh výrobků (Schiller, 2004). Mankiw (1999) popisuje trh jako skupinu kupujících a prodávajících určitého zboží nebo služby. Dle Samuelsona & Nordhause (1995) vzájemným působením těchto stran dochází k určení ceny zboží a množství, které se prodá a nakoupí. Kupující na trhu poptává zboží a služby, které jsou nabízeny podniky. Kupující, jakožto spotřebitel, představuje na tomto trhu stranu poptávky a podnik, tedy prodávající, představuje stranu nabídky (Mankiw, 1999).

Dle Synka et al. (2006) je podnik instituce, jež vznikla za účelem výkonu podnikatelské činnosti, kdy základním motivem je úsilí o dosažení zisku, ten vzniká jako přebytek výnosů nad náklady. Obchodní zákoník (zákon č. 513/1991 Sb.) vysvětluje podnikání jako soustavnou činnost prováděnou podnikatelem samostatně, pod vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, a to za účelem dosažení zisku. Srpová et al. (2010) popisují podnikání jakožto proces nebo činnost, kdy dochází k vytvoření nějaké nové hodnoty, ta může mít finanční či nefinanční formu. Dle Synka et al. (1998) můžeme chápat podnikání jako způsob uspokojování lidských potřeb, kdy člověk se snaží odstranit pocit nedostatku různými formami, kterými mohou být výroba zboží a poskytování služeb.

Obchodní zákoník (zákon č. 513/1991 Sb.) vymezuje podnikatele jako osoby zapsané v obchodním rejstříku nebo osoby podnikající na základě živnostenského oprávnění a další (zákon č. 513/1991 Sb.). Dle Srpové et al. (2010) může být podnikatelem fyzická i právnická osoba. Synek et al. (2006) uvádí charakteristiku podnikatele jakožto člověka, který je tvořivý, schopný přicházet s novými idejemi a využívat či lépe vytvářet nové příležitosti. Zmínění podnikatelé svou činnost provádějí pod záštitou podniku, jež je obchodním zákoníkem definována jako komplex hmotných, nehmotných a osobních složek podnikání (Synek et al., 2006). Podnik také představuje subjekt, v němž dochází k transformaci vstupů na výstupy (Srpová et al., 2010). Stejní autoři uvádějí i jiný výklad, kdy podnik jako ekonomicky a právně samostatná jednotka funguje za účelem podnikání. Synek et al. (1998) popisují podnik jako esenciální formu institucionálního uspořádání ekonomiky, která je založená na výrobě zboží a služeb poskytovaných za protihodnotu. Obdobnou definici uvádí Nařízení Komise 800/2008 čl. 87 a 88 Smlouvy o ES v Příloze I, článek 1, kde je uvedeno,

že podnikem může být jakýkoliv subjekt bez ohledu na jeho právní formu, který vykonává hospodářskou činnost. Zahrnuje osoby samostatně výdělečně činné, rodinné podniky s řemeslným zaměřením, či obchodní společnosti a jiná sdružení (Nařízení Komise 800/2008). „*K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty náležející podnikateli, sloužící nebo mající sloužit k provozu podniku.*“ (Synek et al., 2006, 9).

Existuje několik typů třídění podniků na základě různých kritérií, některá z nich popisuje Synek et al. (2006). Příkladem může být třídění podniků na základě právní formy (podniky jednotlivce, obchodní a osobní společnosti, družstva či veřejné podniky), nebo třídění dle sektorů a hospodářských odvětví (sektor zemědělství, průmyslu, služeb), apod. Dalším tříděním je například velikost podniků, těchto druhů třídění existuje několik. Bednářová & Škodová Parmová (2010) popisují malé a střední podniky, jež jsou na trhu nepostradatelné, a to z toho důvodu, že pozitivně působí na podnikatelské prostředí a zvyšují dynamiku trhu, dále tvoří určitou část poptávky na pracovním trhu, vytvářejí také podmínky pro vývoj nových technologií a v neposlední řadě se velmi dobře přizpůsobují na požadavky trhu. Bednářová & Škodová Parmová (2010) dále popisují pozici malých a středních podniků v regionálním rozvoji.

Jak již bylo řečeno, prvotním účelem podniku je nabídka zboží a služeb v souvislosti s tvorbou co nejvyššího zisku. Moderním konceptem podnikání, jež je podpořeno Evropskou unií, je začlenění dalších principů do podnikání, jedná se o společenskou odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility, dále jen CSR), uvádí Putnová & Seknička (2007), což zahrnuje dobrovolné začlenění sociálních a ekologických stránek do každodenních operací podniku se zainteresovanými osobami (tzv. stakeholdery). Jedná se i o prvek spojující podnik a regionální rozvoj, právě vzhledem k ohleduplnosti podniku ke svým stakeholderům (Pícha, 2012). Společenská odpovědnost firem je též součástí marketingu, prostřednictvím něhož může posílit vazbu zákazníků, tedy jejich spolupráci a využití zákaznickových postojů k nákupnímu chování, a to ve prospěch zákazníka i podniku (Dytrt et al., 2012). Putnová & Seknička (2007) a Pícha (2012) uvádějí tři základní pilíře CSR; ekonomický, sociální a environmentální. Ekonomický pilíř zahrnuje například odmítnutí korupce či kvalitu a bezpečnost produktů a služeb; sociální pilíř představuje lidská práva nebo firemní dobrovolnictví a filantropii (finanční podpora a nefinanční dárcovství); třetí, environmentální, pilíř čítá ochranu přírodních zdrojů, ekologickou firemní kulturu

apod.³ Steinerová (2008) naopak popisuje čtyři oblasti odpovědného podnikání, jimiž je trh, pracovní a životní prostředí a místní komunita. Putnová & Seknička (2007) popisují důvody implementace CSR do podniku, jedná se například o konkurenční výhodu a pro zákazníka snadnější rozpoznání značky, větší atraktivita pro investory, nebo také přímé finanční úspory v rámci ekologické praxe. Implementace CSR tedy ovlivní nejen stakeholdery, ale i celý podnik.

Podnik dle Srpové et al. (2010) prochází určitými etapami vývoje. Tím je myšlen životní cyklus podniku, který popisuje Hyršlová & Klečka (2008) jako fáze, pro které jsou charakteristické určité rysy, jež souvisí s aktuální situací podniku. Jedná se o vznik, zralost (stabilizaci), krizi a zánik. Jednotlivé fáze podniku jsou spojovány s určitou výší obrátu a zisku podniku v dané fázi. Každý podnik nemusí projít všemi fázemi, například nemusí dojít k zániku, nebo také nemusí dojít ke krizi. Z pohledu tématu této práce bude brán v potaz pouze vznik podniku, respektive vše co je nezbytné před založením podniku, proto budu analyzovat pouze první fázi, a to založení podniku.

2.7 Založení podniku

Před začátkem podnikání je třeba provést několik kroků, o nichž se zmiňují např. Bednářová & Parmová (2010) nebo Srpová et al. (2010). Autoři se ve většině případů shodují, když tuto fázi označují jako vymezení předmětu činnosti, posouzení podnikatelského nápadu, volbu vhodné právní formy podnikání, přípravu zakladatelského rozpočtu, stanovení potřeby finančního kapitálu, zhodnocení osobních charakteristik a motivovanosti podnikat, volba místa pro podnikatelskou činnost a sestavení podnikatelského plánu. Zcela na počátku stojí vymezení předmětu činnosti, to jaké potřeby zákazníků bude naše podnikání uspokojovat. Vzhledem k tomu, že podstatou práce je návrh podnikatelského konceptu podniku stravovacích služeb, je třeba brát v úvahu charakter takového podniku, tzn. nabídkou je služba a hmotné zboží v podobě servírovaných pokrmů. Proto je nutno myslet na charakteristiky služby jako takové, jako např. že nabídka služeb je spojena s lidským faktorem (Horner & Swarbroke, 2003), že má zákazníkovi přinést prospěch (Kotler & Keller, 2001), je závislá na mnoha externích faktorech (Tomek & Vávrová, 2001), apod.

³ Více uvádí Pícha (2012) nebo Putnová & Seknička (2007).

2.7.1 Podnikatelský plán

Bednářová & Škodová Parmová (2010) popisují podnikatelský plán jako jednu z klíčových činností při zakládání činnosti. Ten slouží jak podnikateli a zaměstnancům, ale také externím organizacím v okolí podniku (poskytovatelé kapitálu, obchodní partneři apod.) Beránek & Kotek (2003) uvádí, že podnikatelský plán je výrazem podnikatelského záměru, jehož účelem je stanovit podnikatelské cíle a strategie, jež je nutné podniknout k dosažení stanovených cílů.

Podnikatelský plán napomáhá převést podnikatelský nápad do reality. Může sloužit jako vodítko jak stanovit celkovou potřebu financí na realizaci podniku, nebo zda je vůbec možné zmíněný nápad uvést do života a zda je schopný provozu (Srpková, Svobodová, Skopal & Orlický, 2011). Tito autoři také popisují podnikatelský plán jako písemný dokument, kde jsou vysvětleny vnější a vnitřní faktory, jež jsou spojeny s podnikatelským záměrem. Dle Srpkové et al. (2010) slouží podnikatelský plán uvnitř firmy k plánování a rozhodování o krocích, následně pak jako nástroj kontroly, kam se podnik dostal a kam se dostat chtěl. Slouží také externím subjektům, které na základě podnikatelského plánu stanovují životaschopnost podniku, potenciál podniku, či případné poskytnutí kapitálu. Tyto charakteristiky se shodují i s popisem podnikatelského plánu dle Fotra (1999). Srpková et al. (2010) dále doplňují, že by měl podnikatelský plán splňovat následující kritéria: inovativnost, srozumitelnost a uvážená stručnost, logičnost a přehlednost podnikatelského plánu, pravdivost a reálnost, a dále by měl také respektovat rizika, jež hrozí.

Podnikatelský plán je dokument důležitý nejen při zakládání podniku, ale i při plánování kapitálové pomoci (Synek et al., 1998).

Struktura podnikatelského plánu

Dle Fotra (1999) by měl podnikatelský plán obsahovat 6 částí:

Realizační resumé – mělo by sestávat ze základních údajů a charakteristik podniku a jeho nabídky;

Charakteristika firmy a jejích cílů – tato část se zaměřuje na popis a stanovení cílů minulých, nynějších a budoucích;

Organizaci řízení a manažerský tým – představení lidského kapitálu, jeho odměňování a vytyčení řídicích pozic;

Přehled základních výsledků a závěrů technicko-ekonomické studie – v tomto oddílu by měly být zahrnuty informace o finančně-ekonomické stránce podniku, které by vypovídaly o ekonomické výhodnosti podniku;

Shrnutí a závěry – předposlední část obsahuje shrnutí jednotlivých oddílů celého podnikatelského plánu a dále také časový plán realizace;

Přílohy

Synek et al. (1998) popisují obdobnou strukturu, která se liší tím, že obsahuje navíc plán marketingu, plán vývoje a designu a výrobní plán.

Podnikatelský plán pro podniky, jež poskytují ubytovací a stravovací služby vymezuje Beránek (2004). Struktura se podobá obecným strukturám uváděným zmíněnými autory. Od ostatních autorů se liší tím, že je zde zahrnuta část, kde je nutno charakterizovat výrobní proces a služby nabízené podnikem. Dle zmíněného Beránka (2004) má podnikatelský zá-
měr následující části:

Titulní strana – základní informace o podniku;

Personální informace – údaje o personálu, jejich vzdělání, zkušenosti, apod.;

Podrobné údaje o firmě

Plán – podrobnější rozpracování existence a budoucnosti projektu/činnosti podniku;

Výrobky nebo služby – je nutno představit produkt či službu, jež je nabízena;

Trhy a konkurence – charakteristika trhu, na němž se podnik pohybuje, dále požadavky zákazníků, segmenty trhu, konkurenční výhody, apod.;

Výrobní proces – v případě služby by měl tento bod obsahovat umístění provozovny, problematiku kvality, použitý systém hodnocení kvality;

Management a organizace – charakteristika řízení celého podniku;

Finanční a plánovací údaje

Požadavky finančních zdrojů

Kritická místa a problémy – vymezení potenciálních rizik, která mohou ovlivnit provoz podniku, např. SWOT analýza

Přílohy

Shrnutí a závěr – tento bod je formován speciálně pro investory. V této části by měl být stručně popsán celý plán.

Bednářová & Parmová (2010) uvádí taktéž velice podrobnou strukturu podnikatelského plánu, který by měl podle zmíněných autorek obsahovat 11 následujících částí, jež se také značně shodují z výše zmíněnými vzory možných struktur.

Přehled podnikových záměrů:

- Popis navrhovaných podnikatelských aktivit
- Přehled navrhovaných marketingových metod
- Finanční odhad na 3 roky dopředu

Formulace cílů:

- Formulace požadavků na výrobu
- Dlouhodobé a krátkodobé cíle podnikatelského záměru
- Popis kvalifikace vlastníka/podnikatele/jednatele
- Popis budoucího vzhledu podniku s ohledem na zákazníky

Stav technologického vývoje v navrhované oblasti:

- Jak vypadá vývoj v odvětví
- Použití výrobků (kde a jak)
- Umístění vlastních výrobků na trhu
- Popis konkurence
- Strategie firmy v soutěžení s konkurencí
- Zdůvodnění, proč jsou výrobky naší firmy kvalitnější, lepší

Technický popis výrobku/služby:

- Technické výkresy
- Certifikace
- Eventuální popis budoucích zkoušek
- Popis dalšího vývoje výrobku

Strategie trhu:

- Popis tržního segmentu, který chce firma dosáhnout
- Distribuční cesty
- Tržní podíl, jehož firma plánuje dosáhnout

Prodejní taktika:

- Přehled metod podpory prodeje
- Vzorčky nabídkových materiálů
- Údaje o schopnosti splnit plánovaný předpoklad o odbytu
- Bezpečnostní hranice (odchylky od plánů)

Navrhovaná organizace:

- Jednotlivé funkce v podniku a jejich propojení
- Klíčové funkce a charakteristika pracovníků, kteří je vykonávají
- Technické zabezpečení, lokalizace, prostorové uspořádání
- Požadavky na vývoj (v případě potřeby)
- U výrobních firem uvést, jaké komponenty si vyrobí sama a jaké je nutné dodávat odjinud

Kvantitativní dokumentace:

- Technická dokumentace
- Požadované vybavení a jeho cena
- Předběžná cena výrobku
- Kalkulace výdajů, tržeb, cash-flow, výpočet bodu zvratu, výkaz zisku a ztráty pro 3 roky (po měsících), přehled fixních aktiv po měsících

Vztahy k životnímu prostředí:

- Vliv výroby a výrobku na životní prostředí
- Problematika recyklace a likvidace výrobků a obalů
- Problematika trvalých zátěží

Závěry:

- Celková výše fixního kapitálu
- Podíly jednotlivých partnerů
- Časově rozložená potřeba peněz (cizí a vlastní zdroje)
- Výše očekávaného zisku
- Podílové rozdělení vlastnictví a časový plán rozjezdu

Přílohová část:

- Projektová dokumentace (př. rozpočet)
- Předběžné dohody s dodavateli a odběrateli

- Vyjádření stavebního úřadu, odboru životního prostředí, okresního hygienika či dalších orgánů
- Osobní charakteristiky zakladatelů a vedoucích pracovníků
- Propagační dokumentace o výrobku a další dokumenty vztahující se k podniku, výrobě produktu či produktu samotnému

Obsahy výše zmíněných podnikatelských plánů jsou si z větší části podobné a každý rozebírá určitou oblast o trochu podrobněji než jiný. Pro další zpracování jako inspirace budou použity všechny zmíněné podnikatelské plány, a to jako vodítko pro vytvoření podnikatelského konceptu, některé části budou záměrně vypuštěny a některé naopak bude nutné doplnit o body, které jsou specifické pro provoz stravovacích zařízení.

2.8 Živnost

Podnikat je možné na základě živnostenského oprávnění, jak bylo zmíněno výše. Tento druh podnikání je vymezen zákonem č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. „*Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*“ (Zákon č. 455/1991 Sb.). Živnost může provozovat fyzická osoba, která splňuje podmínky pro provozování živnosti, ty jsou stanoveny živnostenským zákonem (Bednářová & Škodová Parmová, 2003). Synek et al. (2006) dodává, že dokladem pro živnostenské podnikání je živnostenský list či koncesní listina.

Císař, Němcová & Müllerová (1997) popisují druhy živností, jež jsou též vysvětleny zákonem č. 455/1991 Sb. Rozlišujeme následující živnosti:

Ohlašovací živnost – může být provozována po splnění zákonem stanovených podmínek (všeobecné⁴, případně zvláštní podmínky⁵ provozování živnosti).

Volná – k získání stačí splnit pouze všeobecné podmínky. Tato kategorie zahrnuje například provozování cestovní agentury a průvodcovskou činnost v oblasti

⁴Všeobecné podmínky provozování živnosti: dosažení věku 18 let, způsobilost k právním úkonům, bezúhonnost, bezdlužnost.

⁵Zvláštní podmínky provozování živnosti: odborná nebo jiná způsobilost, pokud je tento zákon vyžaduje. Je možno zvolit odpovědného zástupce, jež je odborně způsobilý.

cestovního ruchu, reklamní činnost, marketing a mediální zastoupení, velkoobchod, maloobchod a další (Příloha č. 4 k zákonu 455/1991 Sb., Živnost volná).

Řemeslná – k získání řemeslné živnosti je třeba splnit nejen všeobecné, ale i zvláštní podmínky, jež lze prokázat vyučením v oboru a tříletou praxí, nebo absolvování vysoké školy a jeden rok praxe. Jinou možností je středoškolské vzdělání a dvouletá praxe. V tomto případě se jedná například o řeznictví a uzenářství, čištění a praní textilu a oděvů, hostinská činnost a mnoho dalších (Příloha č. 1 k zákonu 455/1991 Sb. Živnost řemeslná).

Vázaná – zde je nutno prokázat odbornou způsobilost, a to dle předmětu činnosti. Jedná se například o oční optiku, činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence, nákup a prodej kulturních památek nebo předmětů kulturní hodnoty a další (Příloha č. 2 k zákonu 455/1991 Sb., Živnost vázaná).

Koncesovaná živnost – činnost, jež lze provozovat až po udělení koncese, k němuž je třeba státní povolení, na nějž není právní nárok. Získání tohoto druhu živnosti je též podmíněno splněním všeobecných podmínek a odborné způsobilosti. Tento druh živnosti je nezbytný k provozu cestovních kanceláří, silniční motorové dopravy či provádění veřejných dražeb a další (Příloha č. 3 k zákonu 455/1991 Sb., Živnost koncesovaná).

Pro tuto práci je nejdůležitější živnost hostinská, která je dle živnostenského zákona a výše zmíněného popisu živností ohlašovací řemeslnou. To znamená, že k založení této živnosti musí žadatel splňovat jak všeobecné, tak i zvláštní podmínky (odborná způsobilost). Lze ji charakterizovat jako činnost, jejíž náplní je příprava a prodej pokrmů⁶ a nápojů k bezprostřední spotřebě, a to přímo v provozovně, kde jsou prodávány (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008). K této činnosti může být připojeno poskytování ubytování, nebo také prodej prostřednictvím automatů, doplňkový prodej, dále také prodej pokrmů a nápojů přes ulici, půjčování novin a časopisů, půjčování stolních společenských her a provozování her, ale pouze za předpokladu, že bude zachována povaha živnosti (Orieška, 2010). Hostin-

⁶“Pokrm je potravina i nápoj, jež je kuchyňsky upravená studenou nebo teplou cestou nebo ošetřená tak, aby mohla být přímo nebo po ohřevu podána ke konzumaci v rámci stravovací služby.“ (Zákon 258/2000 Sb. o ochraně veřejného zdraví).

ská živnost tedy zahrnuje poskytování stravovacích služeb v zařízeních, jež jsou k tomu určena a jsou dále vymezena zákonem č. 258/2000 Sb.

2.9 Stravovací služby

Hostinská činnost, zmíněná v předchozím odstavci, je součástí stravovacích služeb. Toto odvětví je poměrně stará a velmi velká oblast obchodu, uvádí Goeldner & Ritchie (2009). Dle zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví je stravovací službou „výroba, příprava nebo rozvoz pokrmů provozovatelem potravinářského podniku za účelem jejich podávání v rámci provozované hostinské živnosti, ve školní jídelně, menze, při stravování osob vykonávajících vojenskou činnou službu, fyzických osob ve vazbě a výkonu trestu, v rámci zdravotních a sociálních služeb včetně lázeňské péče, při stravování zaměstnanců, podávání občerstvení a při podávání pokrmů jako součástí ubytovacích služeb a služeb cestovního ruchu“. Tato charakteristika se shoduje i s popisem, jež uvádí Oriška (2010), který doplňuje, že stravovací služby slouží k uspokojení základní potřeby výživy, dále také mohou přispět k zotavení. Zahrnují služby základního stravování, což představuje nabídku a prodej kompletního menu⁷ a nápojů, a také doplňkové stravování, občerstvení a společensko-zábavní služby, jak vymezuje výše zmíněný zákon. Z toho vyplývá, jak již bylo uvedeno, že se produkt stravovacích služeb skládá z hmotné i nehmotné složky. Hmotnou částí produktu je pokrm (příp. nápoj), tou nehmotnou částí je uspokojení zákaznickových fyziologických potřeb a přínos dalšího užítku. V souvislosti s Kotlerovým popisem služeb se jedná o hybrid, výrobek a služba jsou zastoupeny poloviční měrou (Kotler & Keller, 2001).

Pojem stravovací služby zahrnuje také společné stravování, to dle Indrové, Petrů & Vaško (1996) spočívá v činnosti, která představuje hromadnou výrobu, prodej a spotřebu jídel a nápojů pro velké skupiny. Vede k uspokojování výživových potřeb obyvatelstva. Obvykle bývá výroba pokrmů místně i časově propojena s jejich prodejem, ale i s jejich konzumací. Společné stravování čítá závodní, školní, restaurační a jiné (nemocniční, důchodců) stravování (Indrová et al., 1996).

⁷ Pod pojmem menu je myšlen sled pokrmů, které tvoří jeden celek servírovaný např. jako oběd či večeře.

Hesková et al. (2006) uvádí, že se jedná o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení, ale také zahrnuje společensko-zábavní služby, jež jsou spojené s hudební produkcí, kulturním programem, popřípadě s dalšími službami.

2.9.1 Stravovací zařízení

Stravovací služby poskytují hostinská zařízení (Orieška, 2010). Dle Ministerstva pro místní rozvoj (2008) se jedná o objekty, prostory nebo plochy, kde jsou veřejnosti poskytovány stravovací služby. Variantou je samostatné stravovací zařízení nebo zařízení jakožto součást ubytovacího zařízení. Rozlišujeme stabilní nebo pohyblivá zařízení, která doplňují stabilní síť provozoven, uvádí Orieška (2010) a doplňuje další dělení na celoroční nebo sezónní provoz těchto podniků. Stravovací zařízení může být tvořeno i z několika odbytových částí⁸, např. restaurace a bar (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008).

Tato zařízení a jejich provoz upravuje živnostenský zákon, konkrétně přikazuje řádné označení provozovny, a to trvale a viditelně údaji jako je název, identifikační číslo podnikatele, jméno a příjmení odpovědné osoby, případně klasifikací provozovny (Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, část 3, paragraf 31).

Dle Oriešky (2010) se tyto zařízení dělí dle toho, jaké potřeby hostům naplňují:

převážně stravovací funkce (např. restaurace, motorest, apod.)

doplňkové stravování a občerstvení (např. bufet, bistro, aj.)

společensko-zábavní funkce (příkladem je kavárna, vinárna či noční bar).

„Stravovací službu může poskytovat osoba, která ji provozuje pouze v provozovně, která vyhovuje hygienickým požadavkům na umístění, stavební konstrukci, prostorové a dispoziční uspořádání, zásobování vodou, vytápění, osvětlení, odstraňování odpadních vod, větrání a další vybavení.“ (Beránek, 2004, 15).

Z výše zmíněných charakteristik stravovacího zařízení a podniku jako takového vyplývá, že účelem provozu takového podniku je nabídnout zákazníkovi pokrm/nápoj a tím uspokojit jeho základní fyziologickou potřebu, a to vše za úplatu. Horner & Swarbroke (2003) popisují vázanost poskytování služeb na člověka, který tedy poskytuje služby zákazníkovi. Dochází zde k uspokojování zákaznickových potřeb, a to nejen těch základních,

⁸Odbytovou částí se rozumí samostatný prostor přístupný hostům stravovacího zařízení (Orieška, 2010).

ale i ostatních, které uvádí Morrison (1995). Dále mohou tyto podniky zprostředkovat uspokojení sociální potřeby, přátelství, osobní kontakt, apod. Na to navazuje výše zmíněné dělení podniků stravovacích služeb dle převažující funkce konkrétní provozovny (Kotler & Keller, 2001). Jsou zde zmíněny zařízení s vyloženě společensko-zábavní funkcí. Ale prakticky jak restaurace, tak pivnice či kavárna je místo, kde se lidé setkávají. Dle Ouředníčka (2008, 2013) v suburbánních strukturách často takové podniky chybějí, jejich existence v suburbánních oblastech by mohla napomoci sociální atmosféře v konkrétní obci a výrazně pomoci příjmům dotčené obce. Třicet procent výnosu daně z příjmu fyzických osob z podnikání nechává stát obci, ve které je podnikatel hlášen k trvalému pobytu, uvádí Macešková & Ouředníček (2008); většina podnikatelů si v těchto případech nechává původní trvalé bydliště, čímž dochází ke snížení příjmů obce, přestože se v rámci svého podnikání podílí na tvorbě výdajů obce v místě podnikání.

2.9.2 Kategorizace stravovacích zařízení

Kategorie zařízení poskytujících stravovací služby jsou vymezeny a podrobněji popsány Doporučením upravující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení. Toto Doporučení bylo zpracováno na doporučení Statistické kanceláře EU a Světové organizace cestovního ruchu a uvádí jej i Oriška (2010). Základem je rozdělení hostinských a ubytovacích zařízení. Pro tuto práci jsou důležitá především stravovací zařízení, ta jsou členěna na restaurace (zahrnuje např. restaurace, pohostinství, motorest, bufet apod.) a bary (např. vinárna, denní/noční bar, kavárna, pivnice a další). Součástí jsou i další informace, jako možnost zřízení sezónních odbytových středisek (jako jsou zahrady, atria, terasy, apod.), dalším bodem je nutnost vybavení každé hostinské provozovny (vyjma kiosku a občerstvení) toaletou zvláště pro ženy a muže (Ministerstvo hospodářství ČR, 1994).

Kavárna

Pro tuto práci je významná charakteristika kavárny, proto bude vymezen pouze tento druh stravovacího zařízení. Jak bylo zmíněno výše, Oriška (2010) kavárnu zařazuje do podniků stravovacích služeb, jež mají převážně společensko-zábavní funkci. Dle Doporučení spadá do kategorie „bar“, zaměřuje se především na prodej teplých nápojů, cukrářských výrobků a studených pokrmů (příp. teplých). V případě kavárny se předpokládá delší pobyt hosta, proto je uzpůsobeno i vybavení odbytových prostor. Může být opatřena boxy,

křesly, různým stylovým nábytkem. Na tomto vybavení se shoduje i Smetana & Marešová (2005). Dále mohou hosté dostat k zapůjčení tisk a jiná periodika nebo také společenské hry (Orieška, 2010). Kavárny mohou být specializovány (taneční, koncertní), případně kombinovány s jiným druhem podniku jako je například kavárna a cukrárna (Ministerstvo hospodářství ČR, 1994). Salač (2006) uvádí, že cukrárna, dle svého charakteru, patří mezi kavárny, to znamená, že pravidla obsluhy jsou stejná v obou typech zařízení. Dodává, že v dnešní době jsou značnou zákaznickou skupinou mladí lidé, kteří moc pít kávy neholdují a nevyhledávají klid, což je přesně opakem toho, jak to bylo na přelomu 19. a 20. století, kdy vývoj kaváren dosáhl svého vrcholu. Salač (2006) také vymezuje typy kaváren, kdy prvním je klasická denní kavárna. Ta je specifická nabídkou sortimentu spíše pro snídaneň a dle poptávky i na obědy a večeře. Sortimentem jsou hlavně teplé a nealkoholické nápoje a vybavení kavárny je uzpůsobeno pro dlouhodobý pobyt, tedy důležité je pohodlné sedací zařízení. Druhým typem jsou kavárny s odpoledním a večerním provozem, jež mají převážně společensko-zábavní charakter. V takových prostorách může být reprodukována hudba, která večer slouží i k tanci, součástí vybavení bývá i barový pult a u něj nabídka míšených nápojů; toto je převážně pro mladší hosty. Jinou variantou tohoto typu kavárny je koncertní kavárna s živou hudbou, nebo kinokavárny, videokavárny a jiné programové kavárny. Posledním typem jsou kavárny s hernami, kde platí ztížené podmínky pro obsluhu z důvodu koncentrace hráčů na hru. Číšníci mají v tomto případě na starosti i péči o karetní a ostatní hry (jejich stav).

Jak již bylo zmíněno, kavárny mohly nabídnout hostům různé společenské hry, dále také salonky pro členy klubů a spolků, kulečnickové sály, herny; ve větších kavárnách hrála hudba k poslechu a večer k tanci. Naopak malé kavárny byly klidnější, sloužily spíše k odpočinku (Salač, 2006). Vybavení pro hosty kavárny tedy závisí na typu kavárny.

Dále se tento autor věnuje kavárenskému sortimentu, kde hrají stěžejní roli nápoje, sortiment nápojů by měl být co nejširší. Několik druhů kávy a čaje, mléko a nápoje z mléka, horké víno, grog, punč, vinná pěna a horká limonáda. Významné jsou také studené nealkoholické nápoje jako ovocné šťávy, sodovka, minerální vody, mošty a zeleninové šťávy. Z alkoholických nápojů se jedná například o lihoviny, konkrétní druhy by se měly přizpůsobit poptávce, stejně tak míšené nápoje. Co se týká nabídky piva, v kavárnách by měla být nabízena pouze speciální piva lahvová. Naopak sortiment pokrmů v kavárnách nebývá při-

liš široký, měl by zahrnovat několik studených předkrmů a pokrmů, polévky a menší výběr teplých pokrmů. V případě nabídky pokrmů by neměly chybět vaječné pokrmy teplé i studené moučníky a zmrzlinové speciality. V menších provozovnách jsou vhodné například i zapékané tousty, nebo minutky na grilu. Doplňkový sortiment v kavárně představuje nabídku tabákových výrobků, výrobky studené kuchyně, cukrovinek a čokolády (Salač, 2006).

Velice důležitou stránkou při podnikání ve stravování a v hotelnictví jsou zdravotní a hygienické předpisy (Smetana & Marešová, 2005). Vyhláška Ministerstva zdravotnictví č. 137/2004 Sb., o hygienických požadavcích na stravovací služby a o zásadách osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných vymezuje zásady provozní hygieny. Ty zahrnují udržování hygienických a sanitárních zařízení (především záchodů) v čistotě a provozu schopném stavu, dále zákaz přechovávání potravin, produktů apod., které nesouvisejí s výkonem pracovní činnosti v provozovně, zákaz vstupu nepovolaných osob a zvířat do zázemí potravinářského zázemí, používání pouze čistících a dezinfekčních prostředků pro úklid, které jsou určeny pro potravinářství, zákaz kouření v místnostech, v nichž se skladují, vyrábějí a připravují potraviny a produkty a v místnosti, kde se myje nádobí. Dále tato vyhláška upravuje podmínky pro větrání, osvětlení a vytápění, hygienická zařízení pro spotřebitele, bezbariérový přístup, hygienické zařízení pro zaměstnance. Hygienické požadavky na přípravu a výrobu pokrmů upravuje Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 852/2004 o hygieně potravin, dále Nařízení Komise (ES) č. 2073/2005 o mikrobiologických kritériích pro potraviny, Nařízení Komise (ES) č. 37/2005 o sledování teplot v přepravních a skladovacích prostředcích, úložných a skladovacích prostorech pro hluboce zmrazené potraviny určené k lidské spotřebě a v neposlední řadě Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1935/2004, o materiálech a předmětech určených pro styk s potravinami.

Dále je pro provozovatele nutné nahlásit užívání hudebních děl všech žánrů, konkrétně u Ochranného svazu autorských práv k dílům hudebním, který spravuje autorská majetková práva zastupovaných členů a vybírá poplatky za veřejné hudební produkce (OSA, 2011a). Tento spolek v rámci svých internetových stránek uvádí, že je nutné pro vysílání hudebních děl vlastnit licenční smlouvu s OSA, uvádí konkrétně případ kaváren, kde může reprodukce hudby navodit stylovou atmosféru v provozovně, navíc se jed-

ná o levný a velmi silný marketingový nástroj a dále mají vliv na chování a očekávání spotřebitele (OSA, 2011b). Mimo tyto poplatky je nutné odvádět rozhlasové poplatky, což vymezuje zákon č. 348/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů (Zákon č. 348/2005 Sb.).

Pro vykonávání podnikatelské činnosti v pohostinství je potřebný investiční a oběžný majetek, v případě investičního majetku se jedná o budovy a stavby, stroje, zařízení a dopravní prostředky, software; oběžný majetek zahrnuje peníze, vklady, krátkodobé cenné papíry, zásoby surovin a zboží, obaly a drobný hmotný majetek (Smetana & Marešová, 2005). Salač (2006) uvádí, že stěžejním vybavením kavárny je kvalitní kávovar, který slouží k přípravě klasického espressa, cappuccina nebo latte, ale dále také k ohřevu vody, přípravě horkých nápojů. Tento autor dále dodává potřebu chladících a mrazících zařízení pro uchování potravin a výrobků a samozřejmě pro výrobu výrobků jsou nutná zařízení pro mechanickou úpravu potravin, to je nutné vybavení všech zařízení stravovacích služeb.

Kavárenskou obsluhu zajišťuje káfonoš, který zodpovídá za úroveň servisu. Dále součástí personálu, zvláště ve větších provozech může být zákuskářka, která nabízí kromě zákusků i další zboží (Salač, 2006). Káva v kavárně je položkou, na které podnikatel získává největší marži a je nejstěžejnější složkou takového provozu. Proto je žádoucí, aby se její přípravě, personálu, jež ji připravuje, a vybavení, které je nutné k její přípravě, věnovala poměrně značná pozornost. Tomu se věnuje barista, je to člověk, který má znalosti o původu, pěstování, zpracování a pražení kávy, další částí jeho práce je přímo příprava kávy a nápojů na bázi kávy (UNIHOST, 2010). Stěžejním členem personálu je číšník, který má na práci přípravu odbytové části provozovny, tedy kontrolu stavu místnosti a úklidu, vyvětrání prostor, seznámení s denním plánem, dále úklidové práce a přípravu inventáře a přípravu stolů a židlí, nápojových a jídelních lístků, na závěr konečnou kontrolu všech prostor. Následuje obsluha hostů, která v případě kaváren spočívá v podávání převážně teplých nápojů, cukrářských výrobků, pokrmů studené případně teplé kuchyně (Salač, 2006).

3 Cíle a metody práce

3.1 Cíle práce

Hlavním cílem této diplomové práce bude návrh podnikatelského konceptu zařízení stravovacích služeb ve zkoumané oblasti na základě průzkumů zákaznických potřeb, vyjádření místní samosprávy a dalších organizací. Dílčím cílem, jehož prostřednictvím bude dosaženo cíle hlavního, je analýza nabídky stravovacích služeb a jejich substitutů ve vybrané urbánní struktuře a zhodnocení možností při založení podniku stravovacích služeb ve vymezené oblasti.

3.2 Metodika práce

Postup zpracování práce sestává z několika základních částí. Zcela na začátku stojí studium odborné literatury pro získání přehledu a lepší zainteresovanosti do tematiky diplomové práce, především co se týká urbanizačních procesů, jelikož jde o problematiku, která je zcela mimo dosah výuky ekonomické fakulty či specializace cestovní ruch.

Další částí je specifikace zkoumané oblasti. Pro zpracování této práce jsem si vybrala městskou část Prahy – Koloděje, jež se nachází na okraji hlavního města Prahy. Ke zpracování této části mi posloužily sekundární údaje, a to konkrétně literární zdroje, internetové zdroje. Pro přesné vymezení území a historie Koloděj mi posloužila data především od Českého statistického úřadu a městského úřadu MČ Praha Koloděje. Dále bylo nutné charakterizovat občanskou vybavenost této městské části a situaci v souvislosti s urbanizačním procesem. Téma diplomové práce je zaměřeno na vytvoření podnikatelského konceptu stravovacího zařízení, proto bylo nutné zmapovat i podniky, které v této městské části ve stejném oboru podnikaly a především současně podnikají, což je i dílčím cílem této diplomové práce. Pro zjištění těchto údajů taktéž posloužily internetové stránky, zvláště městského úřadu MČ v Kolodějích a dále také vlastní znalosti, vzhledem k tomu, že v daném území již šestnáct let žiji.

V rámci získávání primárních dat jsem použila metody řízených rozhovorů, dotazníkového šetření a vlastního pozorování. První metodou, kterou jsem použila, jsou řízené rozhovory, seznam jednotlivých řízených rozhovorů a jejich otázek je uveden také v příloze č. 2. Řízené rozhovory s místní samosprávou jsem použila jako první metodu získávání

primárních dat, a to z toho důvodu, že místní samospráva má obecné informace o celé městské části a požadavcích obyvatel této městské části. Právě na místní samosprávu se občané obrazejí se svými požadavky, to znamená, že osazenstvo městského úřadu v Kolodějích ví, co by bylo přínosné pro obyvatele, či zda oni sami vidí nějaké možnosti, které by současný stav mohly zlepšit. Řízené rozhovory byly provedeny s představiteli městských úřadů v Kolodějích a Újezdě nad Lesy. První řízený rozhovor jsem provedla s tajemnicí městského úřadu v Kolodějích, kde jsem se snažila zjistit, jaký je současný stav v obci a zda je zde něco, co by prospělo současnému stavu Koloděj. V pořadí druhý řízený rozhovor se konal následující den po rozhovoru s městským úřadem v Kolodějích. Požádala jsem o zodpovězení několika otázek v rámci technické proveditelnosti projektu vedoucího odboru stavebního úřadu pro MČ 21, pana Ing. Jana Kupra. Poslední rozhovor jsem vedla s referentkou živnostenského odboru Věnceslavou Mičánovou a vedoucí živnostenského odboru Zuzanou Voříškovou. Jednalo se mi přednostně o to, jaké kroky je třeba provést k získání živnostenského listu. Toto setkání následovalo po rozhovoru na stavebním úřadě, kdy již bylo jasné, že pokud lze uvažovat ve zvolené lokalitě o nějakém zařízení, může jít pouze o podnik, jehož provoz nebude narušovat klid, zvláště v pozdějších večerních hodinách. Účelem těchto rozhovorů bylo získat obecné údaje o současné situaci v Kolodějích a dále také informace potřebné pro vybudování podniku stravovacích služeb právě v této městské části.

Následujícím krokem byl sběr dat prostřednictvím dotazníkové šetření, na jehož počátku stojí vytvoření dotazníku. Otázky byly konstruovány co nejstručněji a převážně typem uzavřené či polouzavřené otázky, pouze v ojedinělých případech otevřené. Návrh dotazníku jsem nejdříve vytvořila v textovém editoru Microsoft Word, což je součástí přílohy č. 3, následně jsem tyto otázky převedla do elektronické podoby na internetovém portálu zabývajícím se tvorbou, sběrem a vyhodnocením výzkumů. Dotazníky byly distribuovány obyvatelům Koloděj jak osobně, tak prostřednictvím internetu (rozeslání pomocí e-mailu a sociální sítě). V případě dotazování tváří v tvář, byl respondent osloven přímo v místě svého bydliště. Z důvodu časové náročnosti, většího pohodlí a pocitu minimálního nátlaku na respondenty jsem také respondentům umožnila ponechat si dotazník do druhého dne případně déle, aby si jej v klidu přečetli a vyplnili. Poté jsem veškeré vyplněné dotazníky shromáždila. Vzhledem k tématu a zvolenému území jsem oslovovala pouze místní obyvatele, aniž

bych jakkoli rozlišovala, zda se jedná o „původního“ obyvatele nebo nově přistěhovalého. Navíc v souvislosti se zaměřením tématu na urbanizované a suburbanizované oblasti, kdy se předpokládá poměrně silněji zastoupená mladší věková kategorie v takových místech, dalo by se očekávat, že v případě dotazování pouze nově přistěhovalých by byla vzorkem respondentů pouze a právě mladší generace. Cílem práce je návrh podnikatelského konceptu stravovacího zařízení a v tomto případě se nelze zaměřit pouze na respondenty nově přistěhovalé, jelikož by došlo ke zkreslení výsledků a navíc spolu s ostatními obyvateli Koloďej tvoří kompletní skupinu potenciálních zákazníků. Celý sběr dat z dotazníkového šetření probíhal od poloviny ledna do poloviny února 2014, a to několika formami, z důvodu zachycení co nejširšího vzorku respondentů. Dotazník čítal celkem 15 otázek plus identifikační otázky (pohlaví a věk dotazovaného). Z celkového počtu 17 otázek bylo 11 uzavřených otázek, kdy si respondent častokrát mohl vybrat více možností. Otevřené otázky byly pouze dvě a čtyři polouzavřené otázky. Každá otázka byla vyhodnocena zvlášť a podpořena grafickým vyobrazením výsledku. Cílem sběru těchto primárních dat bylo oslovit potenciální zákazníky navrhovaného zařízení a zjistit jejich potřeby a přání v souvislosti se zmíněným zařízením.

Údaje získané v předešlých částech byly použity pro návrh podnikatelského konceptu, jenž může být následně použit jako návod pro vytvoření podniku stravovacích služeb v oblastech „postižených“ urbanizačními procesy, nebo jako součást případného podnikatelského plánu.

4 Analýza současného stavu

4.1 Vymezení zkoumaného území

4.1.1 Charakteristika zkoumaného území

Pro svou práci jsem zvolila okrajovou pražskou městskou část Koloděje. Je součástí samostatného kraje Hlavní město Praha, které je zároveň krajským městem pro Středočeský kraj, jež celou Prahu obklopuje. Hlavní město s 1, 244 milionů obyvatel se rozkládá na 496 km² a je tvořeno 57 autonomními městskými částmi a 22 správními obvody. Jednotlivé městské části se od sebe liší, některé mají charakter spíše městského centra a některé předměstí (ČSÚ, 2012). Původně bylo toto velkoměsto souměstím čtyř samostatných měst a prostřednictvím urbanizačních procesů se spojilo v jedno (Szentesiiová, 2009). Stejná autorka dodává, že postupem času začalo pohlcovat okolní předměstí včetně mnou zvoleného území. Praha, jakožto hlavní a současně největší město v České republice, je ekonomickým, politickým, vzdělávacím a kulturním centrem celého státu. Pražský pracovní trh zaměstnává nejen obyvatele města, ale i lidi ze všech území republiky. Nejen z těchto důvodů začaly být okrajové části Prahy atraktivní pro bydlení, což vyplývá z několika studií (Hnilička, 2005; Ouředníček, 2007; Szentesiiová, 2009; Posová & Sýkora, 2011), ale i z grafu Rozmístění nové bytové výstavby 2012 podle obcí, jež je součástí přílohy č. 4. Dochází k rozšiřování hlavního města do okolního prostoru, ale zároveň i ke koncentraci obyvatel do Pražského regionu obecně. Okrajové části, které bývaly samostatnými obcemi, se stále rozšiřují o nové rezidenční i komerční areály a dochází tak ke změně prostředí (Posová & Sýkora, 2011). Tato charakteristika se shoduje s popisem suburbanizace, jež byla uvedena v subkapitole 2.2. Tyto procesy se týkají i dalších měst, což lze spatřit na mapě, jež je součástí přílohy č. 4, z té je znatelné, že nová bytová výstavba se týká především větších měst. Této problematice se zaměřením na Prahu se více věnuje Ouředníček (2007) a Posová & Sýkora (2011).

Koloděje leží na východním okraji Prahy, vzdálenost od středu města je 14 kilometrů a nachází se v nadmořské výšce průměrně 267 metrů nad mořem (ČSÚ, 2008). Koloděje sousedí s městskými částmi Běchovice, Dubeč, Hájek a Praha 21 (Újezd nad Lesy). Z druhé strany, za hranicí hlavního města, se nachází obce Sibřina a Stupice, které zatím nejsou městskými částmi. Se všemi sousedními městskými částmi a obcemi je propojena

hromadnou dopravou, kterou zprostředkovává Dopravní podnik hlavního města Prahy (Praha na dlani, 2013).

Touto městskou částí protéká Rokytka, která v centru vtéká do Vltavy. Poloha obce má souvislost i s touto říčkou, jelikož vhodných míst pro její přechod je jen několik, jeden se nachází právě v Kolodějích. Navíc tato říčka vymezuje pražskou pánev, v níž se Koloděje nacházejí. Původně byly pro tuto pánev příznačné lesy vedoucí až k Vysočině, dnes už zbývá pouze blízký les Vidrholec (Boumová et al., 2000).

Koloděje původně bývaly samostatnou obcí na předměstí Prahy, jejich vznik se datuje do roku 1230 a souvisí s budováním nové cesty z Prahy na východ (Praha na dlani, 2013). Dle ČSÚ (2008) existuje první písemná zmínka z roku 1346. Název této obce vychází z kolářů, tedy kolodějů, kteří se usadili u zmíněné říčky, díky níž vznikala poptávka po jejich službách v souvislosti s poškozenými vozy. Vznik i jméno souvisí s cestou na východ, tzn. směr Český Brod, což bylo zmíněno výše. Znak této městské části vychází z několika indicií, které už byly popsány. Tento znak je součástí přílohy č. 5. Do nedávna Koloděje neměly vlastní znak. Až roku 1994 byl Poslaneckou sněmovnou ČR udělen nynější znak a prapor, jehož levá část zobrazuje znak Prahy a na pravé straně v zeleném poli (představuje přírodní prostředí Koloděj) je nedokončené kolo (znak kolářů) a také modrá vlna, ta má zobrazit právě říčku Rokytku (Boumová et al. 2000).

V rámci třetího rozšiřování hlavního města v roce 1974 došlo k připojení této obce spolu s dalšími 29 obcemi Středočeského kraje, a staly se tak městskou částí Praha – Koloděje (Szentesiová, 2009). Proces tohoto rozšiřování je vyobrazen v příloze č. 1. Český statistický úřad uvádí, že se Koloděje skládají ze tří urbanistických celků, a to konkrétně „Za vinicí“, „Koloděje“ a „U Rokytky“. Celková plocha této městské části je 374 km².

Jakožto součást procesů urbanizace a suburbanizace se Koloděje rozšířily a stále se rozšiřují, důkazem je tabulka 1 vyobrazující stav počtu obyvatel a bytů (ČSÚ, 2008). Dle Körnera (2001) jsou Koloděje postiženy suburbanizací, stejně jako ostatní obce nacházející se na vnitřním obvodě současného městského území; příklad dalších obcí: Nebušice, Kunratice a Lipence. Vzhledem k tomu, že jde o okrajovou část Prahy, toto území je velice atraktivní pro bydlení ve vlastním rodinném domku, což dle Hniličky (2005) mnoho lidí považuje za vrchol životního snažení. Roku 1991 zde žilo 628 obyvatel, poslední veřejný

záznam ČSÚ uvádí 1372 obyvatel (rok 2012). Zároveň s počtem obyvatel rostl pochopitelně i počet bytů a rodinných domů. Statistické údaje jsou shrnuty v následující tabulce.

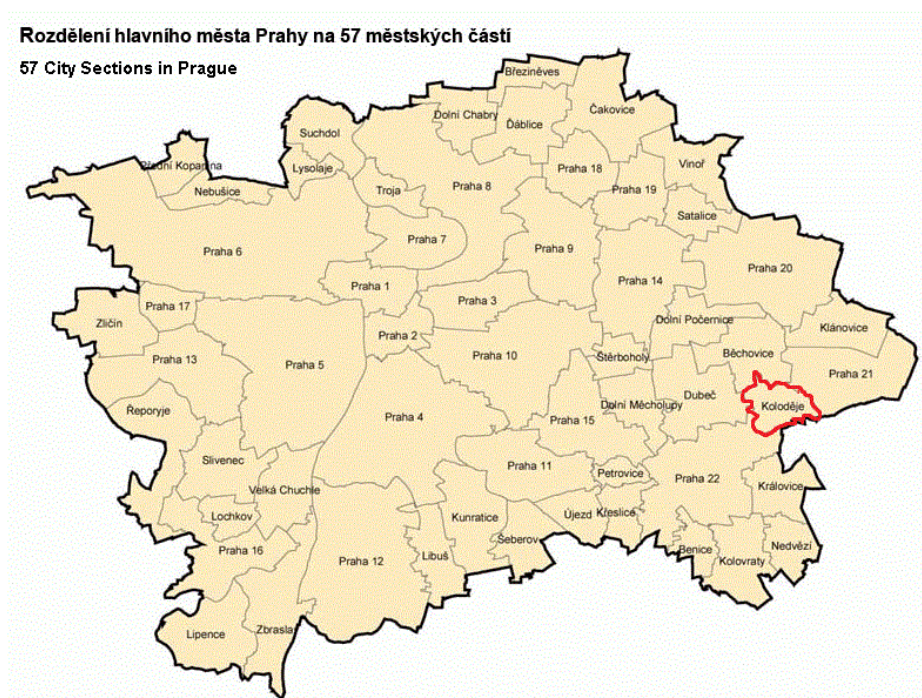
Tabulka 1: Vývoj počtu obyvatelstva, bytů a RD

	1980	1991	2011
počet obyvatel	681	628	1372
počet bytů	211	213	296
počet rodinných domů	192	206	271

Zdroj: Magistrát hlavního města Prahy. (2012). *Základní identifikace*. Available from http://envis4.praha.eu/pdf/MC_Praha-Kolod%C4%9Bje.pdf.

Nejsilněji zastoupená věková skupina je 30 až 34 let. Další v pořadí je věková skupina od 50 do 64, dále 20 – 29 let nastejno s věkovou skupinou 0 až 9 let. Průměrný věk je 37 let u mužů, 38,4 u žen a celkový průměrný věk je 37,7 let. Zastoupení mužů a žen je zde přibližně v poměru 50:50 (ČSÚ, 2008). Toto se shoduje s charakteristikami suburbánních území dle Sýkory (2002) a Ouředníčka & Temelové (2008).

Obrázek 2: Rozdělení hl. m. Prahy na 57 městských částí



Zdroj: ČSÚ. (2013). *Rozdělení hlavního města Prahy na 57 městských částí*. Available from http://www.czso.cz/xa/redakce.nsf/i/mapy_a_kartogramy.

4.1.2 Občanská vybavenost MČ Praha - Koloděje

V oddíle 2.2.4 jsou popsány důsledky suburbanizace, jedním z nich je problematická občanská vybavenost v daném území. MČ Praha – Koloděje na první pohled má dostačující občanskou a technickou vybavenost. Důležitější otázkou je, zda je dostačující kapacita této vybavenosti.

Správa této MČ je vykonávána úřadem městské části Koloděje. Vzhledem k tomu, že Koloděje nemají ani 2000 obyvatel, v některých oblastech je správa přenesena na Úřad městské části Praha 21 - Újezd nad Lesy, a Koloděje jsou tak pro určité potřeby součástí správního obvodu Praha 21 (Úřad MČ Praha Koloděje, 2010).

Z hlediska vzdělávání v Kolodějích funguje mateřská i základní škola (pouze 1. stupeň základního vzdělávání – druhý stupeň ZŠ zajišťují sousední městské části), soukromá školka s anglickou výukou PICCOLINO, Pražská sportovní a jazyková škola a dále knihovna, jež je přidružená k obecnímu úřadu. Tyto údaje uvádí internetové stránky MČ Praha Koloděje (2010). ČSÚ (2008) uvádí pouze mateřskou školku a 1. stupeň základní školy.

Dále zde provozuje zdravotnické služby praktický a dětský lékař. (Úřad MČ Praha Koloděje, 2010). ČSÚ (2008) uvádí pouze jednu ordinaci, a to praktického lékaře. Dále tento zdroj uvádí existenci městské policie. Nejen pro nábožensky založené obyvatele v Kolodějích existuje Římskokatolická církev při kostelu Povýšení sv. Kříže Praha – Koloděje. Z hlediska obchodu a služeb mohou místní obyvatelé navštívit potraviny a bufet Roškota, restauraci Jízdárna či pizzerii Nö110, Vinotéku, kadeřnictví, pojízdnou prodejnu Mléko z farmy a další služby poskytují místní obyvatelé prostřednictvím podnikatelských činností. Jedná se např. o kosmetické služby, opravárenské či poradenské služby, truhlářské a zámečnické práce apod. (Praha na dlani, 2013).

Dopravní spojení je zde zajištěno Pražskou integrovanou dopravou, jež spojuje Koloděje se všemi sousedními obcemi a městskými částmi. Autobusové spojení je v intervalu přibližně 1 až 2 krát do hodiny, linky zprostředkovávají dopravu k podzemní a železniční dráze, jež jsou zahrnuty do Pražské integrované dopravy (Dopravní podnik hlavního města Prahy, 2014). Jak bylo zmíněno výše - vzdálenost do centra je 14 kilometrů. Sousedními městskými částmi Praha – Běchovice a Praha – Újezd nad Lesy vede hlavní tah z centra na Český Brod (Mapy.cz, 2014).

4.1.3 Kultura a volný čas

V této městské části se nachází Kolodějský zámek, který je součástí Kolodějské obo-ry a ve své historii převážně sloužil k reprezentačním účelům vlády České republiky. V současné době není přístupný veřejnosti. Další zajímavostí je cyklistická trasa Pražské kolo, jež protíná Koloděje a dále vede do sousedního Újezdu nad Lesy, Klánovic až do Klecánků a v opačném směru směřuje k Říčánům, Průhonicům, Černošicům až do Roztok. Dále zde existuje pěší turistická trasa č. 0008 (Prazskecyklostezky.cz, 2012).

Prostory pro trávení volného času jsou zde trochu omezenější, ale to je v ohledu na po-čet obyvatel pochopitelné. Jsou zde prostory pro hru Petanque, fotbalové hřiště, sokolov- na a tenisové kurty, které jsou spravovány klubem TJ Slavoj Koloděje Sokol. Z důvodu politické rivality je zde problém ve využívání fotbalového hřiště. Pro menší obyvatele Ko- loděj jsou zde dvě dětská hřiště. Dále se zde nachází park Skála, na jejímž vrcholu je umís- těna skulptura, místa pro posezení a v okolí jsou outdoorové dřevěné sportovní prvky. Vol- nočasové a sportovní aktivity jsou podpořeny mnohými sdruženími, jako například Mysli- vecké sdružení Tetřev, TJ Slavoj Koloděje Sokol, Klub důchodců Veselík, Jezdecký klub Koloděje, Petanque, SDH Koloděje apod. (Úřad MČ Praha – Koloděje, 2010).

4.1.4 Stravovací zařízení v MČ Praha - Koloděje

Stravovací zařízení mají v Kolodějích dlouhou tradici. Boumová et al. (2000) zmiňují například hostinec Antonína Kolínského, jehož začátek podnikání je datován do počát- ku 20. století a prostřednictvím syna a následného sloučení s jiným hostincem pod Jednotu fungoval až do druhé poloviny 20. století. Dalším provozovatelem hostince na tomto území byli Kosinovi a Habětníci. V současné době zde provozuje hostinskou činnost několik zařízení. Jejich výčet uvádí na svých internetových stránkách Úřad MČ Praha Koloděje (2010), některé údaje již nejsou aktuální. Jak bylo uvedeno v kapitole „Literární přehled“, stravovací zařízení mohou koexistovat s ubytovacími zařízeními. V MČ Koloděje však jsou pouze stravovací zařízení. Jedná se o provozovny typu restaurace, bufet až po vinoté- ku a pizzerii. Všechny zmíněné podniky stravovacích služeb jsou provozovány živnostníky, tedy fyzickými osobami, pouze vinotéka je jednou z více poboček právnické osoby.

Restaurant Nõ.110

Tato restaurace se nachází na zastávce MHD, jedná se o dvoupatrovou budovu. Původní řešení zahrnovalo oddělené prostory pro kuřáky a nekuřáky. Nyní je provozovna kompletně nekuřácká, je zde však stavebně oddělený salónek, kde je tolerováno kouření, většinou pro potřeby větších sešlostí. Součástí horního patra je i dětský koutek. V teplých měsících je zde možnost posezení na venkovní zahrádce, což zvětšuje původní kapacitu přibližných 45 míst o 25 míst. Provozní doba je denně od 11 do 22. Restaurace se specializuje na italskou kuchyni (pizza a pasta) a nabízí formou denního i stálého jídelního lístku, k dispozici je i vinný lístek. Cenová hladina je v této restauraci nejvyšší ze všech podniků v MČ Praha – Koloděje (Restaurant Nõ.110, 2004).

Vinotéka Víno Hruška

Vinotéka se v této městské části nachází přímo na zastávce městské hromadné dopravy, přesně přes silnici od konkurenčního podniku Restaurant Nõ.110. Kapacita prostor je velmi malá (přibližně 6 míst k sezení). Tato provozovna je kompletně nekuřácká a spíše zamýšlena pouze formou prodeje vína. Otevírací doba je ve všední dny od 17:15 do 20:15 a o víkendu dle dohody. V budoucnosti je zamýšlen přesun provozovny do místní sokolovny, což by představovalo větší kapacitu nejen pro odbytovou část vinotéky. Tato provozovna má internetové stránky pouze jako součást společnosti Víno Hruška (Hruška, 2008).

Restaurace Jízdárna

Restaurace Jízdárna se nachází v podzámčí Kolodějského zámku. V budově se nachází restaurace a sál, který je možno pronajmout ke společenským akcím. Na jaře se zde konají plesy a jiné společenské akce. Provozní doba je každý den, od pondělí do čtvrtka a také v neděli je otevřeno od 11 do 22, v pátek od 11 do 24 a v sobotu od 11 do 23. Tato restaurace nabízí též denní i stálý jídelní lístek, ale oproti zmíněnému Restaurantu Nõ.110 má nižší cenovou hladinu. Úřad MČ Praha Koloděje též neuvádí internetové stránky tohoto podniku (Úřad MČ Praha – Koloděje, 2010).

Potraviny a bufet Roškota

Potraviny Roškota jsou umístěny uprostřed obce. Provozovna poskytuje prodej potravin, výrobu chlebičků a dortů na zakázku a ve stejné budově je přidružen bufet, kde je nabídka rychlého občerstvení, a to především hotová jídla. Dále je zde výčep piva a nabídka především poledního menu. Potraviny fungují ve všedních dnech od 7 do 18, v sobotu od 7 do 12 a v neděli od 8 do 12 hodin. Bufet má provozní dobu zkrácenou: od 11 do 15 hodin. Ani tento podnik nemá své internetové stránky (Úřad MČ Praha – Koloděje, 2010).

4.2 Řízené rozhovory

Prvotní formou sběru primárních dat byly řízené rozhovory. S připravenými otázkami jsem zjišťovala informace od Městského úřadu MČ Praha Koloděje, dále od Úřadu MČ Praha 21 Újezd nad lesy, konkrétně živnostenského odboru a stavebního úřadu. Otázky jednotlivých řízených rozhovorů jsou součástí přílohy č. 2.

Řízený rozhovor č. 1 – Městský úřad MČ Praha Koloděje

Tento rozhovor proběhl v říjnu 2013 s tajemnicí úřadu, paní Ilonou Chalupskou, která v této pozici pracuje řadu let a současně je obyvatelkou této městské části.

Přibližně od jakého roku je zaznamenán rozmach nové výstavby v této městské části?

Výstavba prvních rodinných domů v naší obci začala po roce 1995. Velice intenzivní byla po roce 1998, přibylo přibližně 85 domů k původním 250. Nyní tato výstavba stále pokračuje, ale pouze v rámci územního plánu. Jsou zde stále volné pozemky určené k výstavbě, ale nějakou část již vlastní developerské firmy.

Jaký je aktuální podíl nové zástavby na celkovém počtu staveb v této lokalitě a jak se změnilo množství obyvatel v průběhu této výstavby?

Přesné procento není známo, ale pokud budeme čerpat ze statistických dat, v roce 1991 zde bylo přibližně 250 domů a 500 obyvatel. K letošnímu roku zde bydlí 1327 lidí v domech, které čítají téměř 500. Dle statistických údajů, mezi lety 2005 a 2008 bylo dokončeno celkem 35 bytových jednotek, z toho 33 rodinných domů zbylé dvě jednotky ne-

bytového charakteru. Dle mého názoru je celková zástavba tvořena asi z 50 % novými rodinnými domy a noví obyvatelé tvoří více než 50 %.

Jakou věkovou skladbu a jakou strukturu má celkově městská část Praha Koloděje a jak se na ní podílí noví spoluobčané?

Bohužel takové statistiky, myslím, tedy jak se podílí noví obyvatelé na celkové věkové skladbě obyvatelstva, nejsou dostupné, lépe řečeno neexistují. Není totiž třeba rozlišovat, jak vy říkáte, „staré“ a „nové“ obyvatele. Každopádně dle dostupných statistik je nejhojněji zastoupena věková kategorie produktivního věku, tzn. od 36 do 52 let, dále pak spoluobčané ve věku okolo 60 let a samozřejmě ročníky mezi 2 – 14 lety. Ze statistik lze také vyčíst, že přibývá mladších ročníků, dětí ve věku 0 – 4 roky, kdy r. 2011 tvořily 19 % z celkového počtu obyvatel, naopak r. 2001 toto procento bylo nižší (16,2 %), to potvrzuje i potřeba zvýšení kapacity místní ZŠ. Ale obecně lze říci, že většina nových obyvatel jsou mladé rodiny s dětmi, které hledají klidnější část pro život. Obyvatelé z prvních novostaveb (tj. po roce 1995), tehdy také převážně rodiny s malými dětmi, zde dnes žijí bez svých ratolestí nebo i s nimi, ale ti už jsou také dospělí lidé a případně mají vlastní rodiny.

Jak byste charakterizovala vztahy mezi „starousedlíky“ a novými obyvateli Koloděj? V publikacích popisujících (sub)urbanizované obce autoři uvádějí četné problémy mezi „starousedlíky“ a nově přistěhovanými obyvateli. Jaká je situace konkrétně v Kolodějích?

Žádné soužití se neobejde bez problémů. Vždycky se najde někdo, komu se nelíbí to a dalšímu něco jiného. Když tu bývalo méně obyvatel, všichni jsme se znali, často jsme se potkávali, kdežto dnes už pomalu nevíte kdo je kdo. Je pravda, že se konávaly různé společenské akce, kde jsme se mohli seznámit s novými lidmi. Dnes lidi z nové zástavby nikde moc nepotkáte. Většinou dojíždí do centra do práce a vrací se odpoledne, kdy se pak věnují svým rodinám. Samozřejmě, pro nikoho není lehké se začlenit do neznámé společnosti, tak to funguje ve všech obcích, kam přibývají noví obyvatelé a obec se prostorově rozšiřuje. Jedinou možností, kdy se dostanou obyvatelé spolu do kontaktu, je několik společných akcí, např. pálení čarodějnic, lampionový průvod, rozsvěcení vánočního stromku, dětský den, podobně. Další příležitostí pro utužování sousedských vztahů jsou pak místní podniky, jako tady vinárna, restaurace a místní hospoda či obchod. Rodiče a prarodiče se

svými dětmi a vnoučaty se zdržují i na dětském hřišti. To jsou vlastně místa, kde se mohou sdružovat či poznávat tyto obyvatelé.

Myslíte si, že je v Kolodějích dostatečná občanská a sociální vybavenost? Jeden z největších problémů v suburbii je ten, že přibývajícimu počtu obyvatel přestává postačovat infrastruktura. Je to případ i MČ Praha – Koloděje?

Co se týká mateřské školy, na podzim bude probíhat přístavba a příští rok se plánuje otevřít o jednu třídu prvňáčků více, tzn. že je nutné rozšířit kapacitu mateřské školy i základní školy. Původně se v Kolodějích nacházela dvě dětská hřiště, jedno v prostorách školky (tzn. využitelné pouze školáky) a druhé za obecním úřadem. V minulém roce bylo vystaveno na žádost rodičů nové dětské hřiště situované přímo v nové zástavbě. Možná by bylo dobré podpořit zmíněné vztahy místního obyvatelstva v rámci nějakého nového zařízení, jako je například v sousední městské části Běchovice II, kde je vedle dětského hřiště situována cukrárna. Ale prospěšnost takového kroku nikdo nemůže vědět dopředu a navíc plánování takového projektu již nespadá do kompetence našeho úřadu.

Je zamýšleno v budoucnosti pokračovat v další výstavbě rodinných domů v Kolodějích?

Prozatím ne, byla už zde zamítnuta žádost o odkoupení dalších pozemků (přibližně 100), protože již teď se nacházíme na stropu kapacity čističky vod. Ale jak jsem řekla na začátku, ještě se počítá s výstavbou na už odkoupených pozemcích v nově vzniklých ulicích, které už byly zahrnuty do předešlého územního plánu.

Řízený rozhovor č. 2 – Úřad MČ 21 Újezd nad Lesy – Stavební úřad

Stavební úřad má na starosti výkon státní správy na úseku územního plánování a dohlížení na dodržování stavebního řádu, a to na celém území Prahy 21, což zahrnuje Újezd nad Lesy, Běchovice, Klánovice a Koloděje.

Za jakých podmínek je možné provozovat podnikání v nové zástavbě v městské části Praha Koloděje?

Je nutné získat souhlas tohoto stavebního úřadu. Budeme-li se bavit konkrétně o provozně, která se bude nacházet mezi rodinnými domy na okraji Koloděj, zde lze provozovat pouze činnosti, jež nebudou narušovat žití v této oblasti. Již zde existují provozovny

jako masérský salón, advokátské poradenství apod., pro podnikání výrobního charakteru není v této oblasti možné získat náš souhlas.

Když by se jednalo o podnik stravovacích služeb, který by se nacházel na pozemku v osobním vlastnictví, kde je RD a zahradní domek. Jak je možné získat povolení k provozu?

Kdyby šlo o kompletní stavbu nové budovy, jejíž plocha bude větší než 16 m², je třeba, aby takový projekt byl v souladu s územním plánem. V případě, že by šlo pouze o přístavbu nebo stavební úpravy již vzniklých staveb (budeme-li uvažovat ten zahradní domek) a stavba s výměrou do 16 m², v takovém případě nejsou žádná omezení. Tedy kromě zásahů do garáže, lépe řečeno – nelze zrušit garáž, jelikož dle vyhlášky musí každý rodinný dům mít svou garáž. Tolik co se týká výstavby obecně. Budeme-li se bavit konkrétně o provozně stravovacích služeb, musí se jednat o podnik, který nebude narušovat noční klid, tedy takový, který nebude mít provozní dobu každý den do půlnoci. Dále je nutné získat souhlas od majitelů sousedících pozemků.

Po získání živnostenského oprávnění a dokončení veškerých stavebních úprav, co následuje dál?

Užívání takového prostoru je po dokončení možné jen na základě vydání kolaudačního souhlasu, který vydává stavební úřad. Před jeho vydáním je provedena kontrolní prohlídka, a to za účasti dotčených orgánů, v daném případě Hasičského záchranného sboru, Hygienické stanice a případně odboru životního prostředí (v případě našeho stavebního úřadu). Stanoviska dotčených orgánů je též možné si vyžádat předem a předložit je stavebnímu úřadu při této kontrolní prohlídce. Dále je nutné doložit případné revizní zprávy (například elektro, tlakové zkoušky vytápění, vodovodních rozvodů, plynu apod.). Následně stavební úřad vydá kolaudační souhlas, jehož účinnost je dnem převzetí žadatelem. Provozovnu je třeba také nahlásit na živnostenském odboru, a to před zahájením užívání.

Řízený rozhovor č. 3 – Úřad MČ Praha 21 Újezd nad Lesy – živnostenský odbor

Na živnostenském odboru jsem potřebovala doplnit údaje získané na stavebním úřadu a dále získat praktické informace potřebné k získání živnostenského oprávnění.

Co je třeba udělat pro získání živnostenského oprávnění k provozu stravovacího zařízení, konkrétně kavárna – cukrárna?

Záleží, zda by si cukrárna vyráběla pečivo sama. Pro provoz kavárny stačí oprávnění pro hostinskou činnost, to zahrnuje přípravu a prodej pokrmů. Když by se jednalo o kavárnu a cukrárnu, která by si zákusky vyráběla sama, je kromě hostinské živnosti nutná i živnost pro pekařství a cukrářství, tedy jde o výrobu cukrárenských výrobků. Obě činnosti jsou živnostmi řemeslnými. Je tedy pro ně požadováno prokázání odborné způsobilosti, což popisuje živnostenský zákon. Pokud tyto zvláštní podmínky podnikatel nespĺňuje, může si zvolit odpovědného zástupce, který takovou způsobilost bude mít a prokáže ji dokladem buď o dosaženém vzdělání, dosažené praxi, nebo kombinace předešlých. Je nutné živnost ohlásit prostřednictvím Jednotného registračního formuláře, kterým se současně podnikatel registruje vůči finančnímu úřadu, správě sociálního zabezpečení a zdravotní pojišťovně. S tímto vyplněným formulářem je třeba se dostavit na odbor živnostenského podnikání. Je nutné mít s sebou platný občanský průkaz a tisíc korun na transakční poplatek za vydání živnostenského listu. K vydání živnostenského oprávnění je dále nutný výpis z rejstříku trestů, ale ten si dokážeme vyhotovit sami. Dále doklad, který prokazuje odbornou způsobilost, doklady o provozovně (jako např. výpis z katastru nemovitostí a případně souhlas majitele budovy o provozování té činnosti – není nutné, ŽL lze vystavit i bez uvedení provozovny). Dříve byl ještě požadován doklad o bezdlužnosti žadatele, ale to je nyní kontrolováno na úřadech.

Co následuje po tom, až podám žádost o živnostenské oprávnění?

Záleží, u jakého úřadu si žadatel podá žádost. V případě velkých městských částí Prahy si podáte žádost a oni Vám oprávnění vyhotoví do 5 pracovních dnů. Když žádáte u menších městských částí, jako jsme například my, jsme schopni toto vyřídit za 15 minut. No a co následuje, s hotovým oprávněním můžete začít podnikat. Tedy v případě ohlašovacích živností můžete podnikat v den ohlášení. Složitější je to v případě koncesovaných živností, kde je nezbytné vyjádření státních orgánů, v tom případě lze podnikat až nabytím právní moci, jelikož udělení koncese probíhá správním řízením. Platnost živnosti je neomezená, pouze v případě cizinců ze třetích zemí, kde je platnost limitována dobou jejich pobytu.

Co se týká provozovny zmíněného podniku, má ohlašovatel povinnost podniknout nějaké kroky vůči živnostenskému odboru?

Živnostenské oprávnění není vázáno na provozovnu, to lze získat i bez provozovny. Provozovatel musí splnit podmínky, které uvádí paragraf 17 živnostenského zákona, jedná se například o označení provozovny, pracovní doba, odpovědný vedoucí a podobně. To vyžaduje živnostenský úřad. Jinak před uvedením provozovny do provozu je třeba, aby byla zkolaudovaná stavebním úřadem. A následně pak před zahájením používání provozovny toto nahlásit nám. V rámci kolaudace se vyjadřuje hygienik (v případě naší městské části a pod nás spadající městské části je to hygienická stanice pro Prahu 9). Dále je třeba schválit sortiment a účel užívání. Také se v rámci kolaudace vyjadřují i hasiči, ale bližší informace Vám poskytne spíše stavební úřad.

4.3 Dotazníkové šetření

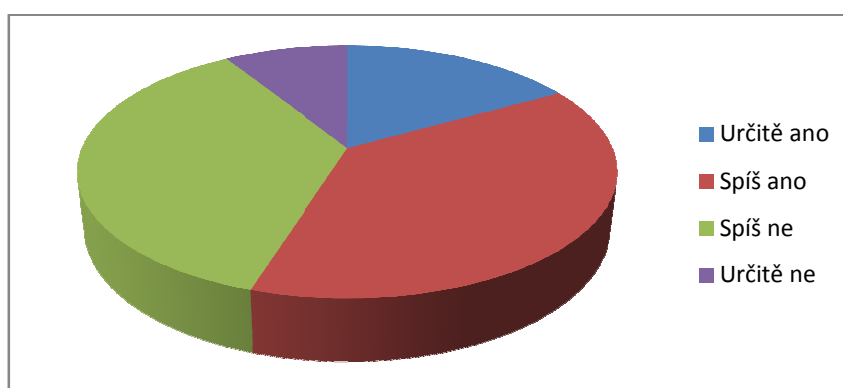
Celkový počet zodpovězených dotazníků je 113, byl použit celý počet, žádný nebyl vyřazen. Odpovědi z tištěných dotazníků jsem zanesla do online dotazníkové podoby, abych získala kompletní data pro celkové zhodnocení výsledků. Pro jejich zpracování jsem zvolila internetový dotazníkový systém a následně jsem převedla výsledky do tabulkového processoru Microsoft Excel, abych mohla dále pracovat s daty. Tištěná podoba dotazníku je součástí přílohy č. 3.

Otázka č. 1 – Myslíte si, že mají místní obyvatelé dobré vztahy?

První otázka se týkala pocitu respondentů ohledně vztahů, jaké mají obyvatelé v Kolodějích. Tato otázka měla potvrdit, případně vyvrátit tvrzení, že v urbanizovaných oblastech nevládnou příliš dobré poměry, což bylo popsáno v literárním přehledu. Problémem bývá komunikace mezi původním obyvatelstvem a nově přistěhovalými. Určitě taková situace nepanuje ve všech takových obcích, ale mě zajímaly postoje konkrétně kolodějských občanů. Pro tuto otázku jsem použila škálu odpovědí, kde mohli respondenti vybírat ze čtyř možností. Ve výsledném stavu o málo převažuje spokojenost. Přesně 16,8 % dotazovaných si myslí, že mezi místními obyvateli převládají dobré vztahy. O spíše dobrých vztazích se vyjádřilo 38,1 % a spíše špatné vztahy pociťuje 36,3 %. Jen 8,8 % dotazovaných projevilo negativní odpověď a myslí si, že v Kolodějích nejsou dobré vztahy. Graf 1 zobrazuje shrnutí výsledků této otázky.

Jak bylo řečeno, některé dotazníky jsem vyplňovala s respondenty osobně, tzn. měli prostor pro dodatky k jednotlivým odpovědím, což využili obzvláště v případě této otázky. Například jedna z maminek mi vyložila problematiku vztahů mezi dětmi v základní škole v Kolodějích, kdy spolužáci téměř šikanují její dítě, proto, že je z „chudší“ části Koloděj. Další respondenti se vyjádřili negativně zvláště ke vztahům starousedlíků a novým obyvatelům. Co se týká výsledků první otázky, nelze je shrnout jednoznačně, ale s menší převahou je zde více obyvatel, kteří jsou spokojeni se vztahy, jaké jsou v této městské části.

Graf 1: Spokojenost se vztahy mezi místním obyvatelstvem

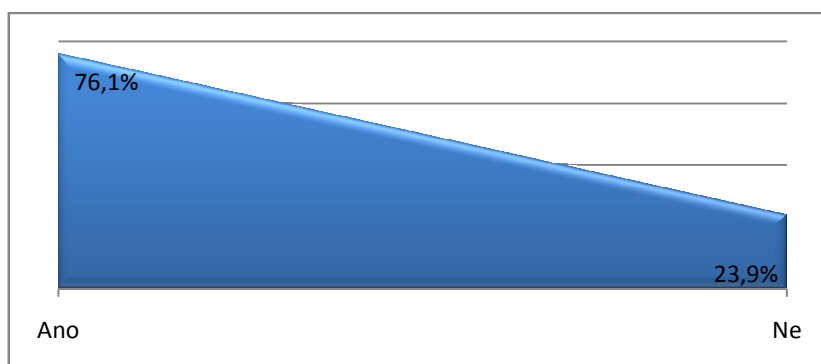


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 2 – Jste spokojen/a s podmínkami pro trávení Vašeho volného času (příp. Vašich dětí/vnoučat v této městské části?)

Druhou otázkou jsem se snažila zjistit spokojenost místních s možnostmi pro volnočasové aktivity, a to z toho důvodu, že Koloděje jsou přeci jen malou městskou částí, navíc v literárním přehledu jsem zmínila problematiku nedostatečné občanské vybavenosti v případě obcí, které se znatelně rozrůstají. Popis prostor pro volnočasové aktivity v Kolodějích jsem uvedla v subkapitole 4.1.3 Kultura a volný čas. Z grafu 2 plyne 76,1 % spokojenost místních s podmínkami pro trávení volného času. Zbýlých 23,9 % spokojeno není. Následující otázka byla určena především těm nespokojeným, aby vyjádřili svůj nesouhlas konkrétně.

Graf 2: Spokojenost obyvatelstva s možnostmi pro volnočasové aktivity



Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 3 – Pokud byla Vaše odpověď negativní, co konkrétně Vám nevyhovuje, případně jak byste navrhoval/a takovou situaci změnit?

V této otázce jsem dala prostor respondentům, aby konkretizovali svoji nespokojenost, kterou vyjádřili v předešlé otázce. Z 27 respondentů tuto otázku zodpovědělo dvacet tři. Respondenti vyjadřovali nespokojenost převážně se sportovním vyžitím v Kolodějích, jako například, že zde není stezka pro in-line bruslaře, kolo, nebo by uvítali provoz bowlingu, bazén, sportovní centrum či hřiště pro squash, badminton nebo volejbal. Mimo nedostatečné sportovní prostory bylo několikrát zmíněno minimum akcí pro děti (jako zábavné odpoledne) i pro dospělé, dále nedostatek aktivit pro náctileté a dorost. Mezi výtkami jsem zaznamenala nespokojenost s vzdáleností k nákupním centrům. Z hlediska restauračních služeb by zde byla vítána cukrárna. Mimo návrhů ohledně případných podniků v tomto prostoru byla několikrát uvedena nespokojenost s rozpolcenou společností.

Otázka č. 4 – Navštěvujete místní dětské hřiště v Meinlinově ulici?

Tato otázka je částečně filtrační. Dále pokračují respondenti, kteří opověděli pozitivně. V opačném případě mohli rovnou pokračovat otázkou č. 7. Touto otázkou jsem se snažila zjistit, jak je toto dětské hřiště navštěvované vzhledem k tomu, že na sousedním pozemku by mohl vzniknout podnik, který je předmětem této práce. Přibližně 36,3 % dotazovaných toto hřiště navštěvuje. Tato otázka má spíše informativní charakter, vzhledem k tomu, že je závislá na tom, zda respondent má nějaký motiv toto hřiště navštěvovat, zda má děti, vnoučata apod. Navíc výsledky této otázky dávají najevo, že tento segment trhu nebude dostatečný. Následují dvě otázky, které z této vycházejí.

Otázka č. 5 – Scházíte se zde i v početnějších skupinách, jako například s jinými rodiči, příp. prarodiči či přáteli?

Na tuto otázku odpovědělo pouze 36,3 % z celkového počtu respondentů. Pouze necelých třicet šest procent dotazovaných se na tomto hřišti schází s jinými rodiči. Zbylých 64,3 % respondentů sem chodí se svými dětmi sami, což je vykresleno v grafu 3. Účelem této otázky bylo zjistit, zda toto hřiště může být určitým faktorem pro tvorbu nových přátelství a zlepšení vztahů v Kolodějích.

Graf 3: Scházíte se na dětském hřišti v Meinlinově ulici i v početnějších skupinách?

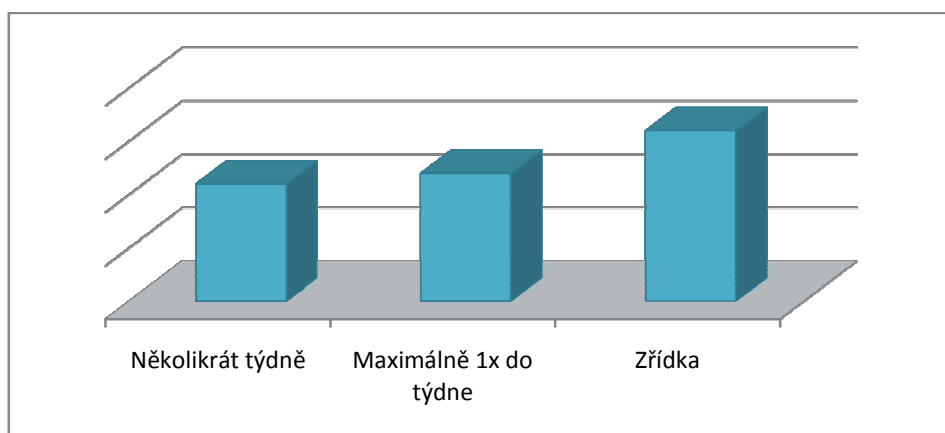


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 6 – Přibližně jak často a jakou denní dobu převážně chodíte se svými dětmi resp. vnoučaty na zmíněné hřiště?

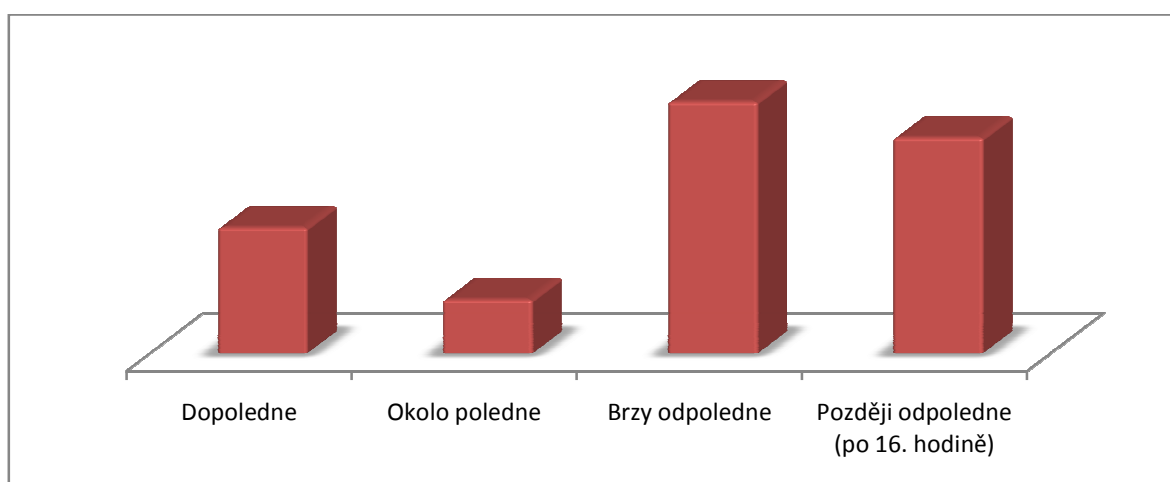
Touto otázkou jsem se snažila zjistit, kdy je zmíněné dětské hřiště nejčastěji navštěvované, a to z toho důvodu, že jde o potenciální zákazníky. Výsledky první části otázky, tedy jak často navštěvují respondenti zmíněné dětské hřiště, vyobrazuje graf 4. Plyne z něj, že čtyřicet jedna procent dotazovaných sem chodíva zřídka, dále téměř 31 % respondentů uvedlo možnost „maximálně 1x do týdne“ a něco přes 28 % pro „několikrát do týdne“. Z následujícího grafu (graf 5) plyne, že nejčastěji je toto hřiště tázanými respondenty navštěvováno brzy odpoledne a později odpoledne (po 16. hodině), dále pak dopoledne. Naopak minimum respondentů zvolilo denní dobu okolo poledne. Výsledkem je nejčastější doba po 13 hodině až k večeru.

Graf 4: Návštěvnost zmíněného dětského hřiště



Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 5: Denní doba návštěv dětského hřiště respondenty



Zdroj: Vlastní výzkum

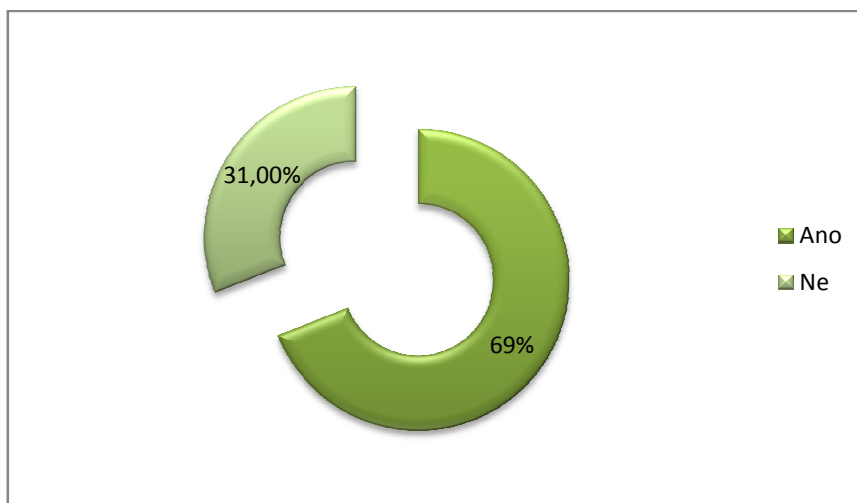
Otázka č. 7 – Uvítal/a byste ve zmíněné lokalitě (u dětského hřiště) nějakou formu občerstvení, prakticky i prostor pro společenský kontakt s ostatními obyvateli Kolo-děj?

Sedmou otázkou jsem se snažila zjistit, zda by se respondentům líbilo, kdyby se v městské části objevilo nové stravovací zařízení. Výsledky lze vyčíst z grafu 6: Potřeba stravovacího zařízení ve vybraném území. Přesně 69 % respondentů by bylo pro takové zařízení. Zbýlých 31 % odpovědělo negativně. V otázce bylo konkretizováno, kde přesně by se takový podnik měl nacházet (u dětského hřiště v Meinlinově ulici), z čehož možná

mohlo vyznít, že by se takové zařízení specializovalo převážně na segment tvořený pouze návštěvníky tohoto hřiště. Opak je pravdou. Bohužel je pravděpodobné, že i tento fakt se podílí na výsledku. Tedy přesněji řečeno respondenti mohli přemýšlet tak, že už nemají malé děti, se kterými by chodili na dětské hřiště, z čehož by mohl plynout názor o nepotřebě podniku stravovacích služeb. Nebo naopak by měli zájem o takový podnik, ale na jiném místě. Závěrem však je, že necelé tři čtvrtiny dotazovaných by zařízení stravovacích služeb v Kolodějích uvítali.

Výsledky této otázky jsem v rámci regresní analýzy porovnávala s pohlavím respondentů, abych zjistila, zda zde existuje nějaký vztah mezi pohlavím respondenta a potřebou stravovacího zařízení ve zkoumaném území. Pomocí výpočtů v tabulkovém editoru Excel jsem došla k závěru, že tyto dvě proměnné nemají mezi sebou žádný vztah, tedy, že požadavek na existenci stravovacího zařízení se neváže na pohlaví dotazovaných.

Graf 6: Potřeba stravovacího zařízení ve vybraném území



Zdroj: Vlastní výzkum

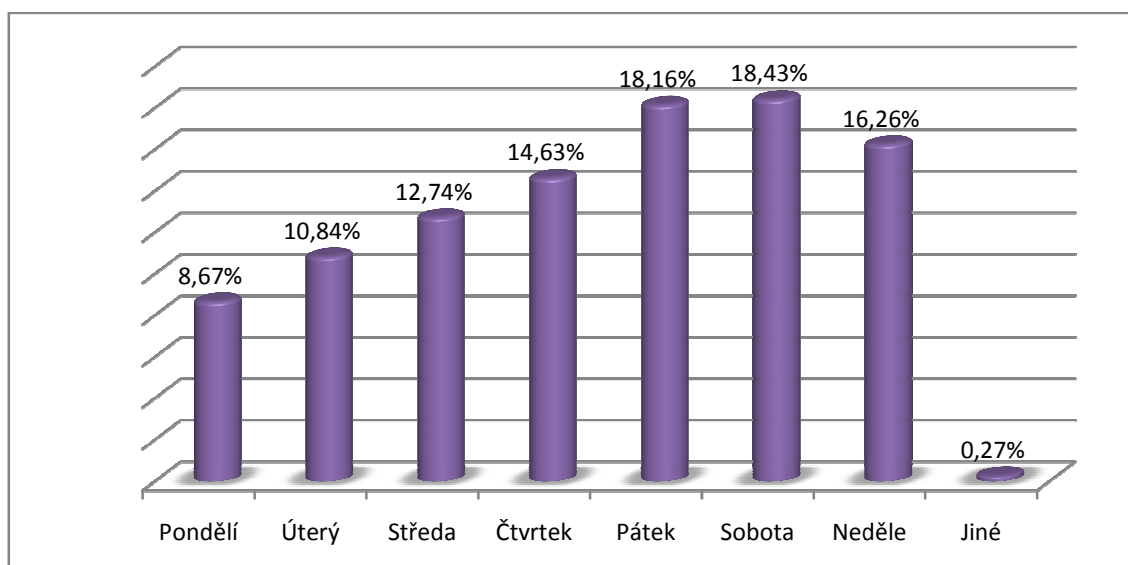
Otázka č. 8 – Pokud byla Vaše odpověď na předešlou otázku pozitivní, jakou provozní dobu byste preferoval/a? Označte, prosím, dny a hodiny.

Další otázka se již věnovala přímo podniku stravovacích služeb a toho, jakou provozní dobu by potenciální zákazníci uvítali. Tato otázka byla otázkou polouzavřenou a složitěji řešenou, vzhledem k tomu, že v jedné otázce bylo po respondentovi požadováno zvolit pro něj nejvhodnější dny a zároveň denní dobu. Bylo zde i řešení pro ty, kteří si nevybrali žád-

nou z uvedených možností. V případě této otázky bylo možné volit více možností, při vyhodnocování jsem zohledňovala počet hlasů u jednotlivých dnů a provozních hodin. Co se týká výsledků, v tomto případě již disponuji s menším počtem respondentů, jelikož dále odpovídali pouze ti, jež by o služby takového podniku stáli. Dotazovaní nejčastěji volili pátek, sobotu a neděli. Lze předpokládat, že v tuto dobu mají lidé nejvíce volného času. U pracovních dnů byla zjištěna vzestupná tendence, v pondělí by stravovací zařízení navštěvovalo pouze necelých 9 % potenciálních zákazníků, což bylo ze všech hodnot nejméně. Ze všedních dnů byl nejčastěji volen pátek, u něj bylo dosaženo 18,16 %. Nejvíce respondenti volili sobotu (18,43 %) a neděli 16,26 % respondentů. Jinou možnost v tomto případě zvolilo pouze 0,27 %, tato odpověď představovala veškeré pracovní dny, což je opakem víkendu, u nějž byl zjištěn nejvyšší počet.

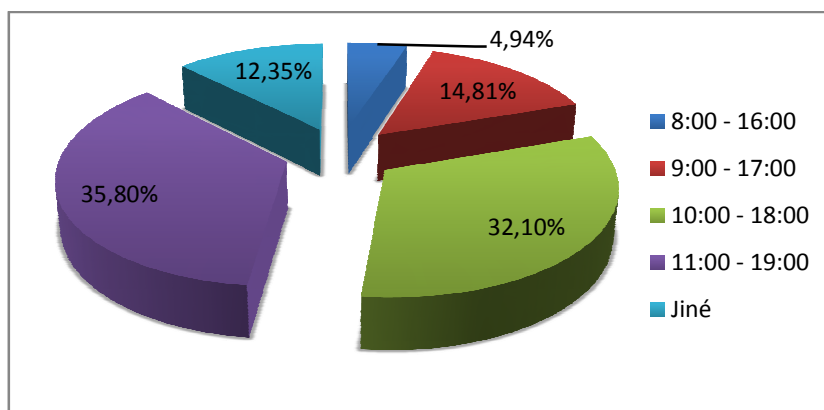
Druhou částí byla denní doba, kterou by respondenti, jakožto potenciální zákazníci volili jako nejpříhodnější. I v tomto případě měli dotazovaní k dispozici prostor pro jinou možnost. Nejčastěji volili denní provozní dobu od 11 hodin do 19, konkrétně tedy 35,80 % dotazovaných. Druhé nejvyšší hodnoty dosáhla provozní doba od 10 dopoledne do 18 hodin, jedná se o 32,10 % dotazovaných. V denní době od 9 do 17 by tento podnik navštěvovalo 14,81 % dotazovaných. Nejméně respondentů volilo provozní dobu od 8 hodin ráno do 16 hodin odpoledne (4,94 %). Jiné varianty navrholo přes 12 % respondentů. Pod touto možností bylo zaznamenáno např. od 12 do 18 hodin, od 14 (příp. 15) do 22 hodin, dalším návrhem byla provozní doba od 9 do 23 hodiny, nebo také všední dny od 13 do 23, sobota do 1 hodiny ranní plus neděle zavřeno. Další možnosti se vztahovaly převážně k večerním hodinám, jako např. provozní doba až do 20, 21 nebo 23 hodin večer. Otevírací doba do nočních hodin by byla velice problematická vzhledem k lokalizaci podniku. Výsledky této otázky jsou čitelné z grafů 7, 8 a budou použity pro navržení provozní doby zařízení stravovacích služeb, jež je cílem této práce.

Graf 7: Požadovaná provozní doba stravovacího zařízení - dny



Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 8: Požadovaná provozní doba stravovacího zařízení – denní doba



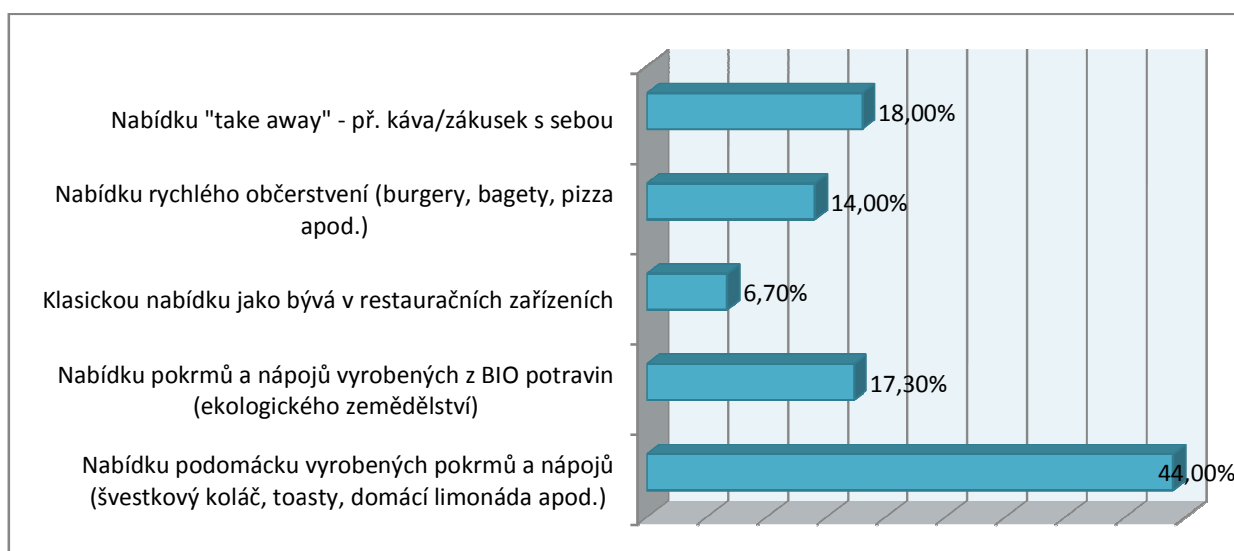
Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 9 – Jaký druh nabídky byste upřednostňoval/a v takovém podniku?

Devátá otázka už se zaměřovala na nabídku stravovacího zařízení. Možností bylo opět několik a v tomto případě jsem nedala prostor pro jiné východisko, vzhledem k tomu, že škála možností prakticky vystihuje veškerou nabídku podniků stravovacích služeb a navíc bylo možné volit více odpovědí najednou. Výsledky této otázky jsou vyobrazeny v grafu 9, což bude následně použito pro návrh podnikatelského konceptu, konkrétně jaká forma nabídky je potenciálními zákazníky vyžadována. První a jednoznačně nejžádanější – nabídka

podomácku vyrobených pokrmů a nápojů – byla nejčastější odpovědí. Možnost jsem upřesnila výčtem příkladných pokrmů, jako např. švestkový koláč, toasty, domácí limonáda, apod.). Celých 44 % respondentů by tento druh nabídky zajímalo. Druhou nejfavorizovanější formou nabídky je „take away“ – káva/zákusek s sebou, kterou volilo 18 % respondentů. Přibližně stejná část respondentů by uvítala nabídku pokrmů a nápojů vyrobených z BIO potravin (17,3%). Nabídku rychlého občerstvení, kterou jsem specifikovala jako nabídku burgerů, pizzy, baget apod., volilo 14 % dotazovaných. Poslední možnost, která absolutně neuspěla (pouze 6,7 %), byla klasická restaurační nabídka. Tuto tendenci připisuji tomu, že v Kolodějích se nachází a nacházelo několik restauračních zařízení, z nichž už některé nefungují. Následující graf zřetelněji vykresluje zájem respondentů o jednotlivé druhy nabídky.

Graf 9: Požadované druhy nabídky v podniku stravovacích služeb v Kolodějích



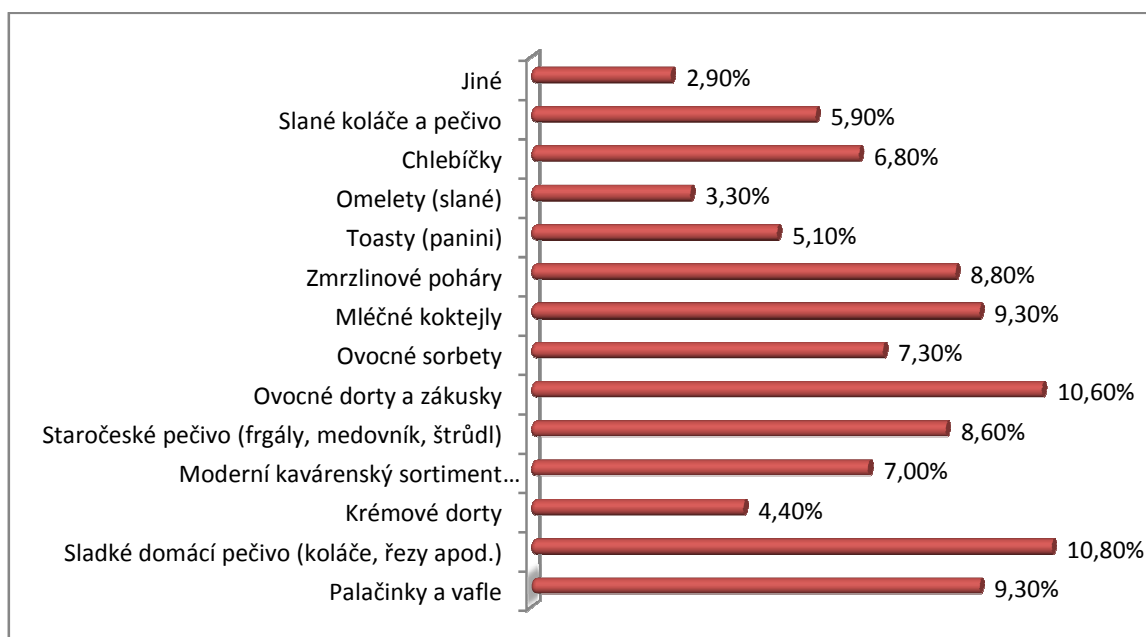
Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 10 – Vyberte, prosím, z následujících skupin, o které byste měl/a zájem.

Také v této otázce měli respondenti prostor pro volbu více možností, vzhledem k tomu, že se jednalo o výčet již konkrétních druhů pokrmů. V případě potřeby mohli též doplnit vlastní názor, tedy to, co jim ve výčtu pokrmů chybělo. Mezi nejfavorizovanější skupiny pokrmů patří sladké domácí pečivo (např. koláče, řezy apod.), dále ovocné dorty a zákusky; to lze vyčíst z grafu 10. Na stejné úrovni se sešly palačinky a vafle spolu s mléčnými

koktejly. Přes 8 % dosáhla skupiny zmrzlinové poháry a staročeské pečivo (frgál, medovník, štrůdl). Střední oblíbenost patří chlebíčkům, toastům a panini, ovocným sorbetům a modernímu kavárenskému sortimentu (cheesecake, tiramisu, panna cotta apod.). Naopak minimální zájem byl zaznamenán u slaných omelet a krémových dortů. Co se týká prostoru pro vyjádření jiných požadavků na sortiment pokrmů a nápojů, tato možnost tvoří 2,90 %. Mezi výčtem jiných variant respondenti uváděli nejčastěji požadavek na točenou zmrzlinu či zmrzlinu obecně, další nejčastější sortimentní skupinou uváděnou respondenty bylo pivo, v neposlední řadě také ovoce. Zcela odlišným názorem byl požadavek na párky, sekanou, přesnídávkové polévky a alkoholické nápoje. Naopak odlišným nápadem byla potřeba kvalitní kávy, konkrétně například káva značky Starbucks. V tomto případě si myslím, že volba volné odpovědi ve výčtu možností byla dobrým krokem. Sice má každý zákazník zcela jiné požadavky, ale některé z nich mohou být opravdu přínosem pro podnikatele, jež by o takové variantě ani uvažoval. Pro přehlednost jsou v následujícím grafu zaznamenány odpovědi včetně procentuálních údajů.

Graf 10: Nabídka pokrmů

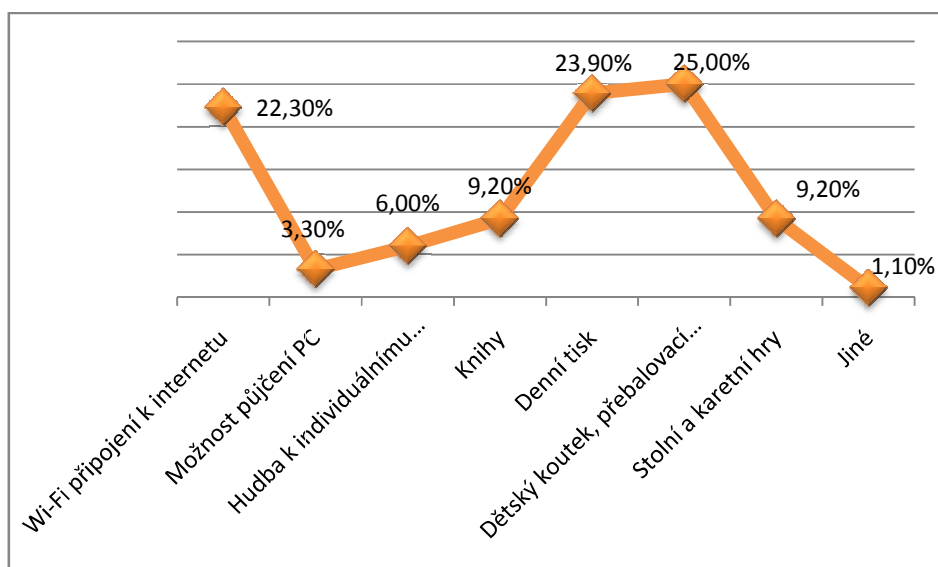


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 11 – Jaké vybavení by nemělo v takovém zařízení chybět?

Další otázka se taktéž specializuje na řešený podnik, konkrétně na požadavky potenciálních zákazníků, co by uvítali v provozovně. I k možným odpovědím u této otázky jsem připojila otevřenou otázku, kam mohli respondenti uvádět vlastní požadavky, jež nebyly součástí navržených odpovědí. V tomto případě však tato možnost nebyla příliš využita. Nejvyšších hodnot dosáhly poměrně odlišné položky, jedná se o dětský koutek a přebalovací pult (25 %), dále denní tisk (23,90 %) a připojení k internetu (22,30 %). Stejnému požadavku se dostalo knihám a stolním/karetním hrám (9,20 %), jak je patrné z grafu 11. Šest procent potenciálních zákazníků by uvítalo hudbu, jež by byla určena k individuálnímu poslechu. Minimální zájem respondenti projeví o možnost půjčení PC. Mezi jiné návrhy uvedené dotazovanými patří hlídání dětí, na této „volné“ odpovědi se shodlo 1,1 %, tedy všichni respondenti, jež uvedli variantu „jiné“.

Graf 11: Požadované vybavení podniku stravovacích služeb v Kolodějích



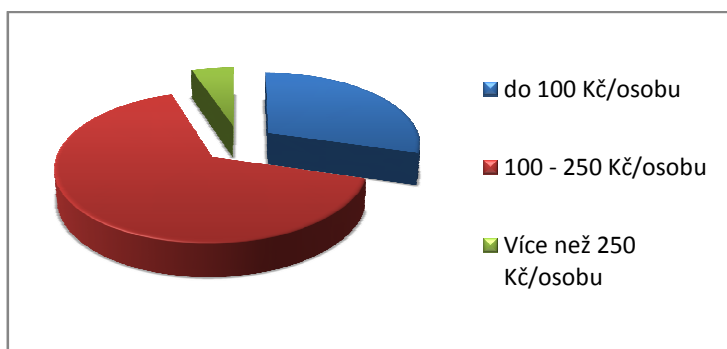
Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 12 – Průměrně jakou částku byste byl/a ochoten/ochotna utratit v obdobném zařízení?

Touto otázkou jsem se snažila zjistit kupní sílu potenciálních zákazníků. Je velice těžké říci toto konkrétně, jelikož pokaždé není útrata v podnicích stejná, což záleží na mnoha faktorech. Dala jsem k dispozici pouze stručný výčet možností. Více než 250 Kč na osobu

je ochotno utratit v takovém podniku pouze 5,10 % dotazovaných. Druhá nejméně početná skupina (tedy 29,50 %) by utratila do 100 Kč za osobu. Naopak největší počet respondentů, konkrétně 65,40 %, volilo zlatou střední cestu, tedy od 100 Kč do 250 Kč. Tyto znatelné rozdíly shrnuje graf 12. Je pravděpodobné, že v této části dotazníkového šetření hrálo velkou roli umístění zařízení, tedy okrajová část Prahy. Dále také to, že mezi dotazovanými byli nově přistěhovalí, u nichž se předpokládá lepší finanční situace, větší kupní síla.

Graf 12: Kupní síla potenciálních zákazníků

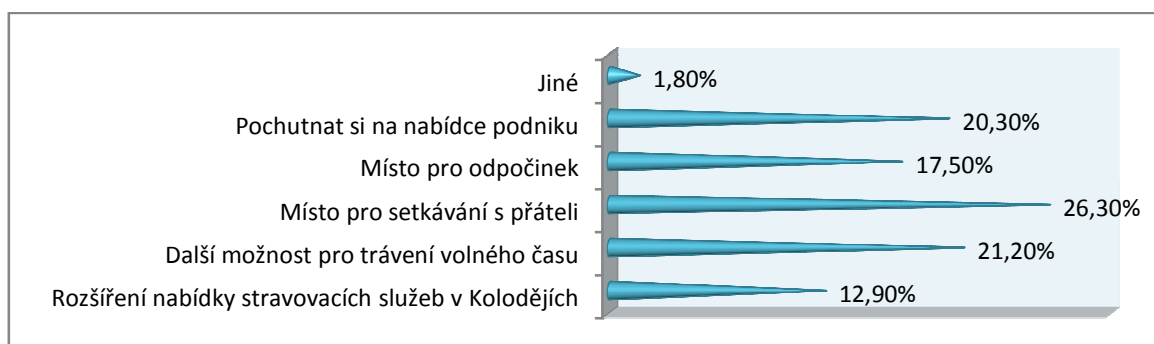


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 13 – Co byste očekával/a od takového podniku?

I v tomto případě měli respondenti k dispozici volbu více možností a uvedení vlastního názoru. Stejně jako u otázky číslo 11 tato možnost nebyla natolik využita. Nejčastěji by potenciální zákazníci v takovém podniku viděli místo pro setkávání s přáteli a rodinou. Dále 21,20 % dotazovaných tento podnik vidí jako další možnost pro trávení volného času. O málo méně potenciálních zákazníků by takový podnik představoval místo, kam si zajdou na něco dobrého – tedy pochutnají si na nabídce podniku. Přes 17 % dotazovaných by očekávali od tohoto podniku, že v něm najdou místo pro odpočinek. Necelých 13 % v takovém podniku vidí rozšíření nabídky stravovacích služeb v Kolodějích. Co se týká volné odpovědi, využilo ji 1,80 % dotazovaných. Ti uváděli, že by to mohlo být místo, kam by mohli vzít své známé nebo návštěvu, jež je přijede navštívit, nebo své děti za odměnu, nebo by to také mohlo být další nekuřácké zařízení v této městské části. Veškeré možnosti této otázky a výsledky uvedené v procentech jsou vyobrazeny v grafu 13.

Graf 13: Očekávání potenciálních zákazníků

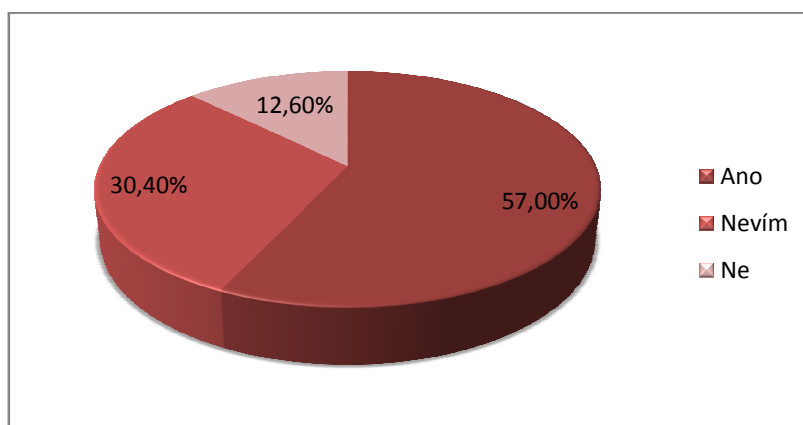


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 14 – Myslíte si, že by takový podnik mohl ovlivnit sociální atmosféru (vztahy mezi obyvateli), která se nachází v této obci?

Tato otázka se v podstatě váže k první otázce dotazníku. Tedy, v případě, že mají respondenti dojem, že mezi obyvateli nejsou dobré vztahy, zda by takový podnik mohl takovou situaci ovlivnit. Otázka je formulována neutrálně, tzn. i za předpokladu, že jsou dotazovaní spokojeni se sociální atmosférou v této MČ, existence tohoto zařízení může mít na takovou atmosféru vliv, ať pozitivní či negativní. Tato otázka byla uzavřená a měla pouze tři možnosti. Z grafu 14 lze vyčíst, že nejvíce respondentů (57 %) předpokládá určitý vliv takového podniku na sociální atmosféru v Kolodějích. Jen 12,60 % dotazovaných nepředpokládá žádný vliv a zbylých 30,40 % nedokáže říci.

Graf 14: Měl by mít takový podnik vliv na sociální atmosféru v Kolodějích?



Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 15 – Pokud máte děti/vnoučata, uveďte, prosím, jejich věk.

Sedmdesát dva respondentů odpovědělo i na tuto otázku. Z údajů šlo vyčíst, kolik dětí/vnoučat mají, nejčastěji dvě či jedno, v málo případech více než 2. Všechny odpovědi jsem zaznamenala a pomocí tabulkového editoru Excel jsem spočítala průměrný věk dětí, který je přibližně 9,5 roku.

Otázka č. 16 – Pohlaví

Poslední částí dotazníku byly otázky na věk a pohlaví. Z celkového počtu 113 respondentů tvořilo 54,87 % ženy a zbývajících 45,13 % muži. Vzhledem k tomu, že dotazníky byly distribuovány k vyplnění jak osobně do domácností, tak prostřednictvím internetu, o něco větší zájem o tuto tematiku projevily ženy.

Otázka č. 17 – Věk

Zcela posledním bodem bylo zjištění věku respondenta. V případě této otázky respondent zvolil ze škály konkrétní číslo, tedy svůj přesný věk. Dotazníkového šetření se zúčastnili dotazovaní ve věku od 16 do 80 let, průměrný věk byl vypočten na 43,9 let.

4.4 Souhrn zjištěných dat

Shrnutí řízených rozhovorů

Z řízených rozhovorů vyplynulo, že městská část Koloděje je typickým příkladem urbanizace i suburbanizace. Výstavba nových rodinných domů zde započala po roce 1995 a stále pokračuje. Momentální podíl původních obyvatel a nově přistěhovalých je přibližně 50:50, kdy nejsilněji zastoupená věková kategorie je od 36 do 52 let, dále okolo 60 let a děti do 15 let, což potvrzuje i dotazníkové šetření. Zatím v této MČ nejsou problémy s infrastrukturou, ale v rámci nedostatečné kapacity je plánována přestavba mateřské školy. Dle kolodějského městského úřadu jsou v Kolodějích místa jako je hřiště a restaurace, kde se místní mohou střetávat, ale atmosféru v Kolodějích by mohlo podpořit nové zařízení stravovacích služeb.

Dále jsem se dozvěděla, že pokud by bylo zamýšleno vybudovat stravovací zařízení přímo v nové zástavbě, je třeba splňovat určitá kritéria. Musí se jednat o podnik, který nebude narušovat žití v této oblasti a nebude mít provozní dobu denně do noci. Co se týká

stavby stravovacího zařízení, muselo by se jednat o přístavbu nebo stavební úpravy již vzniklé stavby, jelikož kompletní výstavba nové budovy musí být v souladu s územním plánem. Další podmínkou je získání souhlasu sousedících obyvatel. Po vybudování provozny je možné otevřít provoz až na základě kolaudačního souhlasu stavebního úřadu, k němuž je nutné vyjádření Hasičského záchranného sboru, Hygienické stanice a odboru životního prostředí. Stavebnímu úřadu je také potřeba předložit revizní zprávy popisující stav elektrických rozvodů a spotřebičů, tlakové zkoušky vytápění, vodovodní rozvody a plyn. Po vydání kolaudačního souhlasu a zároveň před zahájením užívání ještě musí provozovatel nahlásit provozovnu na živnostenském odboru.

Přínosem posledního řízeného rozhovoru je konkrétní postup jak získat živnostenské oprávnění. Záleží tedy na tom, zda si bude podnik vyrábět cukrářské výrobky sám nebo zvolí spolupráci s jiným podnikem, od něhož je bude pořizovat. V případě vlastní výroby je nutné, aby provozovatel vlastnil jak živnostenské oprávnění pro hostinskou činnost, tak živnostenské oprávnění pro výrobu cukrářských výrobků. V obou případech jde o živnost řemeslnou, kdy je nutné doložit odbornou způsobilost. Je také možné zvolit odpovědného zástupce, jež bude disponovat zmíněnou způsobilostí. Žádost o živnostenské oprávnění se podává na jakémkoliv živnostenském úřadě či živnostenském odboru. Podnikání lze započít v den ohlášení a na dobu neomezenou, tedy v případě občanů majících pobyt v Evropské unii.

Shrnutí dotazníkového šetření

První část dotazníku se věnovala pocitům dotazovaných obyvatel, zda jsou spokojeni se sociální atmosférou a s podmínkami pro trávení volného času v Kolodějích. Spokojenost s atmosférou, jež panuje mezi obyvateli v urbánních a suburbánních územích bývá problematická, jak zmiňují Puldová & Ouředníček (2006) a Ouředníček & Temelová (2008). Jaká je konkrétní situace v Kolodějích, to jsem se snažila zjistit prostřednictvím první otázky dotazníku. Výsledek nebyl jednoznačný, něco málo přes polovinu dotazovaných představuje obyvatel, kteří jsou spokojeni se vztahy v Kolodějích. Takový nerozhodný názor ohledně stavu sociální atmosféry v Kolodějích vyplynul i z řízeného rozhovoru s městským úřadem v Kolodějích. Naopak jednoznačný výsledek jsem zaznamenala pouze v případě spokojenosti obyvatel s volnočasovými aktivitami. Ti nespokojení navrhli vylep-

šení v podobě sportovního centra či stezky pro in-line bruslaře a jiné prostory převážně pro sportovní aktivity. Zcela jiným požadavkem byla cukrárna. To se prakticky shoduje s návrhem tajemnice městského úřadu MČ Koloděje.

Další částí dotazníku jsem se snažila vytřídit potenciální zákazníky v souvislosti s umístěním stravovacího zařízení. Mělo by být umístěno v bezprostřední blízkosti dětského hřiště, které se nachází v nové zástavbě rodinných domů, což z řízeného rozhovoru vyplynulo jako jedno z míst, kde se místní setkávají. Lokalizací stravovacího zařízení není předurčeno zaměření na konkrétní segment trhu. Vzhledem k tomu, že pouze 36 % dotazovaných navštěvuje toto hřiště, jedná se o slabý segment trhu. Navíc to, že se provozovna bude nacházet v bezprostřední blízkosti dětského hřiště, neznamená, že pouze rodiče s dětmi budou mít přístup k tomuto zařízení. Pro specifikaci segmentu rodiče s dětmi plus prarodiče s vnoučaty jsem použila další otázky, kdy se jen malá část této skupiny schází na zmíněném dětském hřišti ve větších skupinách a nejčastěji jen zřídka brzy odpoledne. Toto by mohla změnit existence navrhovaného zařízení.

Druhá polovina dotazníku se věnovala již konkrétně podniku stravovacích služeb, který by uvítalo celých 69 % respondentů. Jak jsem zmínila, někteří respondenti mohli reagovat negativně z toho důvodu, že mají odrostlé děti a tudíž nemají potřebu navštěvovat zařízení, které je situované u dětského hřiště. Toto mohlo vyplynout z formulace otázky. Dále následovaly konkrétní požadavky na zmíněnou provozovnu. Potenciální zákazníci by uvítali provozní dobu takového stravovacího zařízení nejvíce v pátek, sobotu a neděli. Dále také pracovní dny úterý, středa a čtvrtek by uvítalo poměrně hodně respondentů. Co se týká denní doby, nejvíce by se potenciálním zákazníkům hodilo od 11 hodin dopoledne do 19 hodin večer nebo od 10 do 18. Mimo jiné respondenti navrhovali delší provozní dobu, tedy až do nočních hodin, což by vzhledem k lokalizaci provozovny nebylo možné. Dále jsem se zabývala konkrétní nabídkou podniku, kdy byly nejžádanější podomácku vyrobené pokrmy a nápoje. Necelá pětina dotazovaných projevila zájem o formu nabídky „káva/zákusek s sebou“ a necelá pětina o pokrmy a nápoje vyrobené z produktů ekologického zemědělství. Konkrétní skladba nabízených pokrmů a nápojů specifická pro kavárenský a cukrárenský podnik byla v dotazníku navržena záměrně. Důvodem je zaměření podniku tímto směrem, jelikož z řízených rozhovorů vyplývá, že navrhovaný podnik by neměl mít provozní dobu do pozdních hodin, svým provozem by neměl obtěžovat okolí. Dále byly

popsány již existující podniky stravovacích služeb v Kolodějích; kdy konkurenceschopná a pro zákazníky zajímavá by mohla být kavárna či cukrárna. Vrátime-li se zpět ke shrnutí, co do sortimentu podniku, nemělo by chybět domácí pečivo (koláče a řezy), ovocné dorty a zákusky, dále také palačinky a vafle, mléčné koktejly, zmrzlinové poháry, staročeské pečivo (frgál, medovník, štrúdl apod.), ovocné sorbety, moderní kavárenský sortiment (cheesecake, panna cotta, tiramisu, apod.) a v neposlední řadě chlebičky. Mimo jiné respondenti navrhli točenou zmrzlinu a pivo. Co se týká zařízení, potenciální zákazníci by měli rádi v takovém podniku přístup k dennímu tisku, knihám a internetovému připojení. Dále zmínili možnost hlídání dětí a dětský koutek. Následně jsem se zabývala kupní silou potenciálních zákazníků, kdy podle očekávání většina zákazníků patří do zlatého středu, utratila by od 100 do 250 korun za osobu. Toto zařízení by pro potenciální zákazníky představovalo převážně místo, kde by se mohli setkávat s přáteli či rodinou, dále také místo a aktivitu jak trávit volný čas. Také by si sem chodili pochutnat na nabídce podniku. Tyto informace mohou posloužit pro konkrétní návrh designu podniku a také se mohou stát součástí podnikové strategie. Poslední částí byla identifikace respondentů, v případě potenciálních zákazníků by se jednalo jak o muže, tak o ženy v různých věkových kategoriích. Průměrný věk respondentů byl 43,9 roků, což se shoduje se statistickými údaji, s údaji z řízeného rozhovoru, ale i s charakteristikou podle Sýkory (2002) a Ouředníčková & Temelové (2008); je zde hojně zastoupena kategorie produktivního věku. Potenciálním zákazníkem však může být kdokoliv z respondentů, kteří se pohybovali od 16 do 80 let věku, ale i obyvatelé, kteří se neúčastnili dotazníkového šetření.

Tyto údaje budou použity pro návrh podnikatelského konceptu stravovacích služeb. Speciálně požadavky potenciálních zákazníků jsou přínosné. Synek et al. (2006, 4) uvádí: „*Nejspolehlivější cestou k tvorbě zisku je spokojený zákazník.*“.

4.5 Vlastní pozorování

V této městské části bydlím již 16 let, proto mohu uvést i vlastní názor na současný stav, který se nachází v Kolodějích. Srovnám-li charakteristiku urbanizačních procesů, jak ji popisují autoři (viz literární přehled), lze říci, že v případě této městské části Prahy jsou urbanizační procesy opravdu znatelné. Koloděje bývaly malou městskou částí, svými vztahy velice podobné malé obci či vsi. Během posledních dvou dekad let se tato městská část

rozrostla o velké množství rodinných domů a tento trend stále pokračuje. Tyto nové rodinné domy obývají převážně mladé rodiny s dětmi. Pro trávení volného času zde bylo pouze malé a zastaralé dětské hřiště přímo za městským úřadem, proto bylo nedávno vybudováno nové dětské hřiště přímo mezi novými rodinnými domy. Toto dětské hřiště je vyobrazeno v příloze č. 6. Vzhledem k tomu, že sousedíme přímo s tímto hřištěm, vím, že je speciálně za příznivého počasí hojně navštěvováno.

Právě to, že se sem stěhují mladé rodiny s dětmi a jsou tak odlišnou sociální skupinou, než jsou původní obyvatelé; z toho právě může pramenit nesoulad mezi původními obyvateli a nově přistěhovalými, které potvrdily výsledky dotazníkového šetření, což mohu potvrdit na základě vlastních zkušeností a to se zároveň shoduje s charakteristikami Ouředníčka & Temelová (2008). Začlenění a poznávání obyvatel navzájem by mohlo zjednodušit případně lokálně zprostředkovat stravovací zařízení. Ta zařízení stravovacích služeb, která se nacházejí v Kolodějích, jsem uvedla v charakteristice zkoumaného území. Vzhledem k tomu, že stravovací zařízení plní i určitou společenskou funkci, mohou se podílet na rozvoji vztahů obyvatel té dané obce či městské části. To popisuje ve své práci i Puldová & Ouředníček (2006), kteří provedli případovou studii v obci Zeleneč, jež se nachází na periferii hlavního města Prahy. Tito autoři uvádí, že místa, kde se obyvatelé této obce nejčastěji setkávají, je jejich domov, místa aktivit dětí a restaurace. S ohledem na charakteristiku současných stravovacích zařízení v Kolodějích a současně i v souvislosti s mou zkušeností mohu říci, že přestože restaurant Nõ.110 poskytuje velice solidní nabídku stravovacích služeb – k tomu se vztahuje i výše cen, tento podnik navštěvují převážně lidé, kteří nejsou obyvateli městské části Praha Koloděje. Dále restaurace Jízdárna má naopak poměrně nízkou kvalitu služeb a slouží převážně jako pivnice. O dalších podnicích stravovacích služeb nelze v případě rozvoje mezilidských vztahů ani uvažovat, jelikož vinotéka Hruška a potraviny Roškota jsou pro tento účel nepřijatelné. Proto si myslím, že podnik stravovacích služeb vybudovaný přímo v sousedství s dětským hřištěm může mít pozitivní vliv na rozvoj vztahů mezi obyvateli Koloděj. Devizou je umístění právě mezi novými rodinnými domky, to znamená, že potenciálními zákazníky mohou být nejen rodiče respektive prarodiče s dětmi jakožto návštěvníci dětského hřiště, ale ani obyvatelé nových rodinných domů nebudou mít do tohoto podniku daleko. Naopak „původní“ obyvatelé může nalákat jedinečnost tohoto podniku, jelikož v Kolodějích se žádná kavárna a ani cukrárna nenachází.

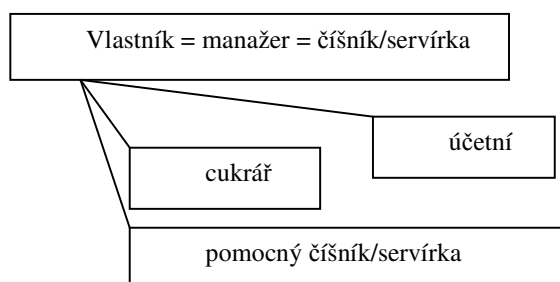
5 Podnikatelský koncept

V literárním přehledu jsem se zmínila, že pro návrh podnikatelského konceptu použiji části podnikatelského plánu Bednářové & Škodové Parmové (2010) spolu s částmi podnikatelského plánu pro pohostinství, jež uvádí Beránek (2004), ale i další uvedené podnikatelské plány. Pro návrh tohoto konceptu mi poslouží získaná primární a sekundární data uvedená v předešlých kapitolách.

5.1 Charakteristika podniku

Toto stravovací zařízení bude malým rodinným podnikem, jehož podnikání bude probíhat na základě živnostenských oprávnění, a to pro hostinskou činnost a pro činnost pekař/cukrář. Tento podnik povedou a zároveň budou provozovat členové rodiny, jež bydlí v domě nacházejícím se na stejném pozemku. Proto bude organizační struktura poměrně jednoduchá, liniového typu, z toho důvodu, že podnik bude mít jediného vedoucího a několik málo podřízených. Problematice organizačních struktur se více věnuje Šajdlarová & Konečný (2007). Vlastník a zároveň manažer bude zprvu (v prvních letech provozu) i číšníkem/servírkou. V této pozici bude moci zjišťovat zájem lidí a sám uvidí, jakou má podnik úspěšnost a na tomto základě bude moci připravovat a podnikat kroky vedoucí ke zlepšení situace. Dále bude jeho náplní zajišťovat suroviny pro výrobu pokrmů případně nápojů, dále také dávat pokyny pro cukráře, kolik a co vyrábět. V neposlední řadě vykonává pracovní pozici číšník/servírka, jejíž pracovní náplň je popsána v subkapitole o personálním zajištění. Sezónním pracovníkem je pomocný číšník/servírka a zatím poslední pracovní síla zmíněná v organizačním schématu je účetní (viz subkapitola „Personální zajištění“).

Obrázek 3: Organizační schéma



Zdroj: Vlastní

5.2 Záměr a cíle podnikání

Předmětem tohoto projektu je otevření kavárny – cukrárny v okrajové městské části Praha Koloděje. Účelem provozu je ovlivnění místní sociální atmosféry mezi obyvateli, tedy vytvořit prostory, kde by se mohli místní obyvatelé setkávat nejen se svými přáteli a rodinou, ale také se svými sousedy a jinými obyvateli obce a rozvíjet případně navazovat nové vztahy. Souvislost s tím má i umístění tohoto zařízení – v těsné blízkosti dětského hřiště, kam chodí obyvatelé Koloděj se svými ratolestmi. Tato cukrárna – kavárna je koncipována prioritně pro majitele a rodinu žijící na pozemku, na němž by se toto zařízení nacházelo. V úvahu by však přicházel pronájem vybudovaných prostor pro jiného podnikatele v pohostinství. Charakterem provozu by se jednalo o kavárnu - cukrárnu, která by si vyráběla vlastní cukrářské výrobky. Provoz kavárny je podmíněn hostinskou živností, která spočívá v přípravě a prodeji pokrmů a nápojů k bezprostřední spotřebě. V případě cukrárny by se jednalo o živnost pekařství/cukrářství, což zahrnuje přejímku, skladování a přípravu surovin, výrobu těst a hmot, jejich zpracování, plnění a povrchovou úpravu. V rámci této činnosti také prodej kávy, čaje a nealkoholických nápojů a podávat je hostům k bezprostřední spotřebě v provozovně.

Posláním této kavárny – cukrárny je vytvořit příjemné místo, kam by se mohli zákazníci uchýlit ve svém volném čase, kde by se mohli potkat se svými sousedy, nebo kam by mohli zajít se svou návštěvou, či návštěvou tohoto podniku odměnit své ratolesti. Obecným posláním podniku je vytvořit pozitivní faktor, který by vedl k příjemnějším a lepším vztahům, než se momentálně nacházejí v Kolodějích.

Cíle podniku:

- nabídka kvalitních produktů (pokrmů a nápoje)
- spokojenost zákazníků a získání jejich důvěry
- vytvoření dobrého jména podniku
- dosažení takových příjmů, aby pokryly alespoň veškeré výdaje spojené s provozem

5.3 Materiálně-technické podmínky

Podnik by se nacházel na pozemku č. 751/78 v Kolodějích (toto zobrazuje příloha č. 7: Mapa katastrálního území), v prostorách zahradního domku, který by bylo nutné stavebně upravit. Tato přestavba bude podporována stavebním úřadem městského úřadu pro Prahu 21 pouze za předpokladu, že nebude stravovací zařízení v této lokalitě na obtíž, z pohledu provozní doby a především hlučnosti. Tuto přestavbu stačí pouze ohlásit příslušnému stavebnímu úřadu. Celková plocha provozovny bude 70 m², z toho 20 m² bude tvořit technické zázemí a zbylých 50 m² prostory pro zákazníky. V zahradním domku se bude nacházet výrobní středisko provozovny, kde bude docházet k přípravě pokrmů, polotovarů a výrobě cukrářských výrobků. Samozřejmě by vybavení a jeho umístění muselo odpovídat technologickým postupům, což by bylo nutné vypracovat v podobě systému kritických kontrolních bodů (HACCP). Vzhledem k tomu, že se nejedná o restauraci, ale o kavárnu – cukrárnu, a sortiment v takovém provozu je velice úzký, není třeba veliký pracovní prostor pro výrobu pokrmů. Dále bude možné do těchto prostor umístit sklad surovin. Podmínkou je zřízení barového pultu, který je součástí obou středisek, jak výrobního, tak odbytového. Ve výrobní části baru se bude nacházet veškerý potřebný inventář a spotřebiče potřebné k výrobě nápojů. Dále také chladicí vitríny, které budou nabízet cukrářské výrobky. Tento bar bude sloužit i jako součást odbytového střediska. Odbytové středisko se bude nacházet v proskleném atriu o celkové ploše 50 m². Toto atrium bude prosklené z toho důvodu, aby v letních měsících mohlo být z jedné strany otevřeno a mohlo tak tvořit letní zahrádku. Zde se bude nacházet 15 stolů, každý s kapacitou pro 3-4 hosty. Celková kapacita bude přibližně 40 míst k sezení. Tato místa budou představovat pohodlné gauče podél prostoru odbytové části a dále židle klasické a barové.

Z výsledků dotazníkového šetření, kde vyplynul zájem převážně o dny víkendu a pracovní dny mimo pondělí, jsem vytvořila pracovní dobu podniku, která je uvedena v tabulce 2. Současně jsem vzala v úvahu fakt, že Koloděje nejsou příliš cílem účastníků cestovního ruchu, zvláště pondělí lze předpokládat volnější z hlediska zájmu o služby stravovacího zařízení.

Tabulka 2: Provozní doba podniku

pondělí	zavřeno
úterý – čtvrtek	12:00 – 18:00
pátek - neděle	11:00 – 19:00

Zdroj: Vlastní výzkum

V průběhu provozu zařízení se zjistí, zda bude určená otevírací doba dostatečná a pro zákazníky vyhovující. Tato provozovna bude vybavena denním tiskem a dále také bezdrátovým připojením k internetu, jež bude zákazníkům k dispozici bezplatně. Dalším specifickým této provozovny budou zcela nekuřácké prostory.

5.4 Specifikace produktu a výrobního procesu

Nabídka produktů kavárny – cukrárny je velice specifická, jak bylo popsáno v literárním přehledu. Stěžejní v takovém provozu je nabídka teplých nápojů, speciálně kávy a na stejné bázi založené teplé nápoje jako je cappuccino apod., dále studené nápoje a omezená nabídka pokrmů. Z dotazníkového šetření se mi podařilo zjistit požadavky potenciálních zákazníků. Bude se jednat o nabídku pokrmů a nápojů podomácku vyráběných, což bude představovat i konkurenční výhodu a odlišení od ostatních provozoven, které se v této městské části nacházejí. Co se týká sortimentu, jeho skladba byla též součástí dotazníkového šetření, tzn. na výběru nabídky se podílí sami potenciální zákazníci. Součástí sortimentu pokrmů budou například následující:

- domácí pečivo (řezy, bábovky, koláče)
- ovocné dorty a zákusky
- palačinky a vafle
- mléčné koktejly a ovocné sorbety
- zmrzlinové poháry a točená zmrzlina
- staročeské pečivo (frgál, medovník, štrúdl)
- moderní kavárenský sortiment (panna cotta, tiramisu apod.)
- chlebíčky a zapékané toasty

Z tohoto výčtu nabídky nebo jakýkoliv teplý nápoj si zákazník bude moci vybrat a odnést s sebou, tzv. „take away“, což je dalším specifickým tohoto podniku.

Výrobní proces bude realizován v prostorách jim určených, tedy v zázemí (výrobní části provozovny). Výrobu nabízených pokrmů bude zajišťovat cukrář. První měsíce bude vyráběno základní a jednotné množství od jednotlivých druhů pokrmů (zákusků a pečiva). V průběhu prvních měsíců bude vyzorována poptávka a na jejím základě se upraví výroba. Co se týká konkrétní výroby a přípravy pokrmů a nápojů, pro tuto činnost bude nutné vypracovat systém kritických kontrolních bodů, což bude problematické pouze u některých surovin, například vajíček a masných výrobků nutných pro výrobu chlebičků, slaného pečiva a zapékaných toastů. Na základě tohoto systému bude probíhat pravidelně kontrola dodržování stanovených bodů, což bude provádět majitel provozovny respektive číšník/servírka; to bude nejjednodušší, vzhledem k tomu, že se bude v provozu denně pohybovat. Dodržování těchto parametrů bude písemně dokumentováno pro budoucí potřebu v případě kontroly hygienickou stanicí.

5.5 Personální zajištění

Vzhledem k tomu, že se jedná o poměrně malé zařízení, potřeba personálu nebude náročná. Personální zajištění této provozovny se bude odvíjet od provozní doby, tzn. kavárna – cukrárna bude mít otevřeno 40 hodin/týden. Je však nutné počítat přibližně 0,5 hodiny před otevřením a 0,5 hodiny po zavření provozu, což bude nutný čas pro přípravu a úklid provozovny. Celková hodinová dotace je tedy přibližně 45 hodin za týden. Toto se týká hlavního lidského zdroje, číšníka/servírky.

Číšník/servírka bude kromě obsluhy zákazníků také připravovat veškeré nápoje a pokrmy. Vzdělání takového pracovníka není stěžejní, podmínkou však jsou pracovní zkušenosti v pohostinství. Od tohoto pracovníka bude vyžadována loajalita a vstřícnost k zákazníkům. Vzhledem k tomu, že celý provoz bude zajišťovat převážně jedna osoba, bude třeba, aby měla baristický kurz, tedy aby tato osoba uměla připravovat kvalitní kávu, což je pro nabídku kavárny stěžejní. Předpokládá se, že tento pracovník nebude v zaměstnaneckém poměru, jelikož pracovní pozici číšník/servírka bude obstarávat jeden z členů rodiny, pro kterou je tento projekt navrhován. V případě příznivého vývoje do budoucna je možné tuto pracovní pozici obsadit někým mimo rodinné osazenstvo, ale v tom případě už půjde o pracovní poměr a bude nutné upravit pracovní vytížení tak, aby bylo v souladu se zákonem č. 262/2006 Sb., zákoník práce. Na letní měsíce, kdy se předpokládá větší vytíženost zaří-

zení, bude číšníkovi/servírce vypomáhat pomocná pracovní síla, která bude řešena dohodou o pracovní činnosti na několik hodin týdně. Muže se jednat o brigádníka z této městské části, jelikož nebude mít do místa zaměstnání daleko. Navíc není třeba žádné středoškolské vzdělání hotelového typu, číšník/servírka se postará o zaučení tohoto brigádníka. Další potřebnou pracovní silou je cukrář, který bude vyrábět cukrářské výrobky. V tomto případě bude vyžadováno buď dokončené vzdělání v oboru, nebo odborná praxe, jelikož tento pracovník bude odborným zástupcem majitele podniku pro získání živnostenského oprávnění pro činnost pekař/cukrář. Týdenní dotace tohoto pracovního místa je vypočítána na 25 hodin týdně, (cca 5 h/den). Všichni zmínění zaměstnanci musí mít zdravotní průkaz pracovníka v potravinářství.

Vedení daňové evidence bude řešeno formou outsourcingu, bude tedy zadáno profesionálnímu účetnímu, který bude mít taktéž na práci vyhotovování podkladů pro správu sociálního zabezpečení, zdravotní pojišťovnu a finanční úřad.

5.6 Konkurence

Konkurence v rámci stejného odvětví byla charakterizována v oddíle 4.1.4. V této městské části se nachází několik podniků stravovacích služeb, ale v případě realizace tohoto podniku se bude jednat v rámci Koloděj prakticky o monopolistu. Žádný jiný podnik stejného zaměření v této městské části neexistuje. Substitutem může být prodejna Roškota, kde je k dostání základní výběr zákusků, ale vzhledem k tomu, že se jedná o samoobslužnou prodejnu, funkci kavárny – cukrárny zdaleka nemůže nahradit. Dalším podnikem je restaurant Nö.110, kde je možné posedět u kávy a zákusku, ale jedná se o restauraci, jejíž cenová hladina je poměrně vysoká a z vlastní zkušenosti vím, že místními obyvateli minimálně navštěvovaná. Dále je nutné zmínit restauraci Jízdárna, která je navštěvována převážně původními obyvateli a slouží převážně jako pivnice. Z vlastní zkušenosti musím říct, že tato restaurace je zakouřená a pro požadavky respondentů, tedy potenciálních zákazníků, absolutně nevyhovující. Posledním podnikatelem v oblasti stravovacích služeb je vinotéka Víno Hruška, kde jsou místa k posezení pouze pro několik málo lidí a provozní doba je velice omezená, navíc nabídka tohoto podniku by byla pro potenciální zákazníky kavárny – cukrárny nedostačující.

Budeme-li brát v úvahu konkurenci ve stejné oblasti nabídky, tedy kavárna respektive cukrárna, nejbližší takový podnik se nachází v sousední městské části Újezd nad Lesy, tedy přibližně tři kilometry. Jedná se o cukrárnu U Berušky a o něco vzdálenější cukrárnu Sofie.

5.7 Zákazníci

Původně bylo zamýšleno zaměření podniku převážně na segment maminek respektive rodičů a prarodičů s dětmi, kteří navštěvují sousední dětské hřiště. Tento segment trhu však nebude dostatečně silný, navíc je nutno brát v úvahu filozofii podniku, tedy podpora vztahů mezi místními obyvateli, to znamená, že ani není možné zaměřit se pouze na jediný segment trhu, a to z toho důvodu, že je tato městská část obývána všemi možnými druhy potenciálních zákazníků. Převažovat tedy budou zákazníci – místní obyvatelé, doplňkovým segmentem trhu mohou být lidé pocházející mimo tuto městskou část, například uživatelé cyklostezky, která vede touto městskou částí, nebo také obyvatelé ze sousedních městských částí a obcí. Lze říci, že se podnik nebude vyloženě zaměřovat na konkrétní cílový segment trhu. Ovšem velice podstatným segmentem trhu budou místní obyvatelé, jejichž pozornost bude třeba upoutat co nejvíce, jelikož v jejich případě je největší pravděpodobnost častějších návštěv.

V případě zákazníků – obyvatelů Koloděj se bude jednat o zákazníky, kteří v tomto podniku budou hledat místo pro setkávání s přáteli a rodinou, dále možnost jak trávit svůj volný čas a pochutnat si na nabídce podniku. Dále je možné charakterizovat kupní sílu potenciálních zákazníků, jedná se převážně o útratu obecně v podniku stravovacích služeb typu kavárna – cukrárna, která se bude pohybovat mezi 100 a 250 Kč na osobu.

5.8 Marketingový mix

Tento podnik bude při svém prodeji používat tržně nediferencovaný marketing, tedy jednotný marketing pro všechny potenciální a skutečné zákazníky, a to z toho důvodu, že segmenty trhu nelze blíže specifikovat. Podnik tedy bude oslovovat všechny zákazníky bez rozdílu. Tato subkapitola popisuje, jakým marketingovým mixem se podnik bude řídit. Jak bylo řečeno v literárním přehledu, marketingový mix v případě služeb je rozšířený ze základních 4 nástrojů na pět.

Produkt

Produkt byl blíže popsán v subkapitole Specifikace produktu. Je ale ovšem nutné doplnit některé údaje, a to z hlediska marketingu. Základem je samotné zboží, tedy nabízené pokrmy a nápoje, které budou v rámci možností vyráběny podomácku, což oslovilo značnou část potenciálních zákazníků. Jako doprovodné služby je zde možnost vzít si kávu respektive nápoj či pokrm s sebou. Pro tyto případy budou připraveny obalové materiály. Další možností pro zákazníky je výroba zákusků, dortů či jiných pokrmů, nabízených tímto podnikem, na zakázku. Z dotazníkového šetření dále vyplynul zájem o výrobky vyráběné ze surovin ekologického zemědělství. Vzhledem k finanční náročnosti pořízování těchto surovin se o tomto druhu nabídky nebude pro začátek uvažovat, ale do budoucna není vyloučen.

Distribuce

Co se týká distribuce, v případě tohoto podniku nebude třeba žádných distribučních mezičlánků, a to z toho důvodu, že zhotovení nabízených pokrmů a nápojů si podnik bude zajišťovat sám a následuje přímý prodej zákazníkovi. Pro začátek podnik neplánuje mít žádné dodavatele, suroviny pro výrobu pokrmů a nápojů bude zajišťovat sám nákupem ve velkoobchodě Makro Cash & Carry ČR, s. r. o. na Černém Mostě, který je vzdálený 11 km. Pro tyto účely bude nutné pořídit automobil s nákladním prostorem.

Cena

Pro stanovení ceny bude použita nákladově orientovaná metoda, a to z toho důvodu, že si podnik vyrábí pokrmy a nápoje sám. Následovat bude porovnání s konkurenčními podniky v blízkém okolí. Toto srovnání bude pouze informativního rázu, vzhledem k tomu, že v této městské části bude tento podnik svým zaměřením jedinečný. Jedná se o složitější metodu stanovení ceny, ale jistotou je pokrytí výdajů a stanovení dostatečné marže potřebné pro úhradu ostatních výdajů. Existuje spousta faktorů, které ovlivňují výši ceny. Jedná se například o to, že tento podnik by byl se svým zaměřením jediný v městské části Praha Koloděje. Dále také bude záviset na elasticitě poptávky a konkurenčních podnicích v blízkém okolí. Jedním z nejdůležitějších faktorů ovlivňující výši ceny nabízených produktů je cíl podniku, což je v tomto případě vůdcovství v kvalitě. Pro představu, jak při-

bližně bude vypadat kalkulace jednotlivých pokrmů a nápojů, jsou údaje shrnuty v následující tabulce.

Tabulka 3: Cenová kalkulace výroby zákusku štrúdl

	množství na 2 šišky	cena surovin	cena na 1 porci
polohrubá mouka	40 dkg	4,00 Kč	0,50 Kč
máslo	20 dkg	16,00 Kč	2,00 Kč
žloutky	2	3,80 Kč	0,48 Kč
mléko	1 dl	1,80 Kč	0,23 Kč
cukr	15 dkg	3,00 Kč	0,38 Kč
jablko	1 kg	38,00 Kč	4,75 Kč
skořice	1 dkg	5,00 Kč	0,63 Kč
rozinky	2 dkg	2,00 Kč	0,25 Kč
vlašské ořechy	4 dkg	7,00 Kč	0,88 Kč
vanilková zmrzlina	10 dkg	5,00 Kč	0,63 Kč
šlehačka	5 dkg	4,00 Kč	0,50 Kč
moučkový cukr	2 dkg	3,00 Kč	0,38 Kč
přímý materiál		92,60 Kč	11,58 Kč
režie (150 %)		138,90 Kč	17,37 Kč
celkové náklady		231,50 Kč	28,95 Kč
zisk (30 %)		69,45 Kč	8,68 Kč
konečná cena		300,95 Kč	37,63 Kč
konečná cena vč. DPH (21 %)		364,15 Kč	45,53 Kč
konečná cena s DPH po zaokrouhlení		365,00 Kč	46,00 Kč

Zdroj: Vlastní

Marketingová komunikace

Prvním bodem, jak o sobě dát vědět veřejnosti a potenciálním zákazníkům, je slavnostní otevření podniku. Pozvánka s informacemi o této akci bude vyvěšena na veřejných vývěsných tabulích v Kolodějích a v sousedních městských částech Prahy a sousedních obcích. Tento podnik bude mít své internetové stránky, které budou obsahovat pouze kontaktní údaje, provozní dobu, nápojový lístek a nabídku zákusků a pokrmů. Vytvoření této internetové stránky bude řešeno formou outsourcingu, zadáním společnosti pro tvorbu internetových stránek. Další částí marketingové komunikace bude podpora prodeje v podobě ochutnávky zákusků, vždy ve vybrané dny, přibližně jednou za týden. V neposlední řadě bude možné využít poslední list Kolodějských novin, kam je možné umístit inzerát. Jedná se o měsíčník, který vydává městský úřad v Kolodějích. Plocha inzerce je přibližně formá-

tu A7, tedy 105x74mm pouze jednobarevného tisku, výdaj na tento komunikační kanál je přibližně 100 Kč/měsíc. Tím nejdůležitějším komunikačním kanálem je však sdílený názor spokojených zákazníků s kvalitně poskytnutou službou. V tomto případě lze těžit z toho, že městská část Koloděje bývala kdysi malou obcí, kde se všichni znávali a pověděli si. Přestože to už tak dnes není, stále se mnoho lidí v Kolodějích zná a denně setkává.

Lidský faktor

Právě tímto nástrojem se marketingový mix služeb odlišuje od marketingového mixu určeného pro výrobní sektor. Lidské zdroje v podniku hrají v případě marketingového mixu stravovacích služeb skutečně zásadní roli, proto jsem uznala za vhodné věnovat této části samostatnou subkapitolu 5.5. Personální obsazení.

5.9 Ekonomické propočty

5.9.1 Výdaje

Investiční výdaje

Investiční výdaje zahrnují jak výdaje na stavební úpravy pro vytvoření provozovny, tak výdaje na vybavení. Cena byla stanovena odhadem, a to na základě spolupráce se stavební firmou sídlící v MČ Újezd nad Lesy a také s pomocí internetových stránek podniků, které se specializují na vybavení provozoven stravovacího zařízení. Výdaje na stavební úpravy zahrnují vybudování odbytové části, tedy atria a sociálního zázemí – toalet včetně přebalovacího pultu, což potenciální zákazníci považovali za nezbytné. Na položku stavebních úprav jsou odhadovány výdaje ve výši 500 tisíc korun. Dále také vybudování výrobního střediska, baru a úprava prostor pro sklad. Tyto stavební úpravy jsou odhadovány přibližně na 150 000 Kč. Náklady na vybavení provozovny zahrnují jak vybavení odbytové části, kde je třeba pořídit pohodlné sedačky, stoly a židle. To vše v celkové hodnotě 100 tisíc korun. V rámci výrobní části se jedná o poměrně vysoké výdaje v podobě pořízení chladících zařízení, kuchyňského robotu, myčky na nádobí, sporáku, kávovaru, odšťavňovače přes kuchyňskou váhu, inventář apod. Po stavebních úpravách bude budova mít hodnotu přibližně 1 mil. Kč, celkové vybavení provozovny bude v hodnotě 250 000 Kč. Dále jsem do investičních výdajů zahrнула i pořízení automobilu, který bude využíván k nákupu surovin, počítá se s pořizovací cenou 100 000 Kč. A poslední výdaje (40 tisíc Kč) jsou určeny pro pořízení pokladního systému (software) a hardware.

Tabulka 4: Celkové investiční výdaje

stavební úpravy	500 000 Kč
vybudování výrobního střediska a jeho vybavení	150 000 Kč
vybavení odbytové části	100 000 Kč
automobil	100 000 Kč
pokladní systém a hardware	40 000 Kč
celkové investiční výdaje	890 000 Kč

Zdroj: Vlastní

Výdaje spojené s personálním obsazením

Položka mzdy zaměstnanců je souhrnem mzdových výdajů jednotlivých zaměstnanců podniku. Pracovník pozice číšník/servírka obdrží měsíčně fixní hrubou mzdu ve výši 18 tisíc korun, cukrář 9 000 korun měsíčně, účetní přibližně 6 500 Kč/měsíc a pomocný číšník jakožto sezónní pracovník 12 tisíc měsíčně, kdy potřeba jeho výpomoci bude nutná v letních měsících, tedy červenec a srpen. Zmíněné platy jednotlivých pracovníků byly stanoveny na základě stejných pozic v hlavním městě Praha. Do této kalkulace je také nutné zahrnout výdaj na kurz „barista“, kdy jednodenní kurz stojí 3 000 Kč, jedná se o jednorázový výdaj. Tento údaj jsem získala na internetové stránce, která zprostředkovává odborné kurzy. Dále také výdaje spojené se získáním živnostenského oprávnění, které stojí 1 000 Kč/ks, potřebuji ŽL pro hostinskou činnost a ŽL pro činnost cukrář/pekař. Tyto výdaje jsou zahrnuty pouze do prvního roku, jelikož se jedná taktéž o jednorázový výdaj. Mimo jiné tabulka obsahuje výdaje spojené s odvodem záloh na zdravotní (9 %) a sociální pojištění (25 %) za zaměstnance.

Tabulka 5: Celkové výdaje spojené s personálním obsazením

	celkové výdaje/měsíc	SP odváděné za městnavatelem	ZP odváděné za městnavatelem	hrubá mzda	roční výdaje
číšník/servírka	24 120 Kč	4 500 Kč	1 620 Kč	18 000 Kč	289 440 Kč
pomocný číšník	16 080 Kč	3 000 Kč	1 080 Kč	12 000 Kč	32 160 Kč
cukrář	12 060 Kč	2 250 Kč	810 Kč	9 000 Kč	144 720 Kč
účetní	8 710 Kč	1 625 Kč	585 Kč	6 500 Kč	104 520 Kč
celkové výdaje další roky	60 970 Kč	11 375 Kč	4 095 Kč	45 500 Kč	731 640 Kč
kurz "barista"	3 000 Kč	-	-	-	3 000 Kč
výdaje na získání ŽL	2 000 Kč	-	-	-	2 000 Kč
celkové výdaje 1. rok	126 940 Kč	11 375 Kč	4 095 Kč	45 500 Kč	736 640 Kč

Zdroj: Vlastní

Výdaje na provoz podniku

Další položkou jsou provozní výdaje, ty zahrnují výdaje na elektřinu, vodu, dále výdaje na údržbu a samozřejmě výdaje na nákup surovin pro výrobu produktů. Tyto a další položky jsou uvedeny v následující tabulce. Nejnáročnější položkou je nákup surovin a spotřeba elektřiny, což jsou stěžejní výdaje při výrobě pokrmů a provozu stravovacího zařízení obecně.

Tabulka 6: Výdaje na provoz podniku

	měsíční náklady	roční náklady
spotřeba vody	350 Kč	4 200 Kč
spotřeba elektřiny	7 000 Kč	84 000 Kč
odpad	800 Kč	9 600 Kč
nákup nápojů a surovin na výrobu pokrmů	15 000 Kč	180 000 Kč
výdaje na údržbu a výzdobu	1 000 Kč	12 000 Kč
odběr periodik	250 Kč	3 000 Kč
poplatky za internet	250 Kč	3 000 Kč
poplatky pro OSA	34 Kč	400 Kč
rozhlasový poplatek	45 Kč	540 Kč
výdaje na obnovu vybavení	2 000 Kč	24 000 Kč
spotřeba pohonných hmot	2 000 Kč	24 000 Kč
celkové výdaje	28 729 Kč	344 740 Kč

Zdroj: Vlastní

Výdaje na marketingovou komunikaci

V rámci marketingové komunikace podniku bude použito několik nástrojů marketingové komunikace, které byly specifikovány výše. Jejich kalkulace je uvedena v tabulce číslo 7. V případě propagačních letáků se jedná o letáky, jež budou oznamovat otevření provozovny (v prvním roce), v následujících letech půjde o letáky, které budou připomínat existenci tohoto zařízení. To znamená, že se jedná o pravidelný výdaj, který má jednorázový charakter ve výši 500 Kč/měsíčně. Počítá se s nákladem pouze 20 ks, ty budou umístěny na veřejné vývěsní ploše v Kolodějích, sousedních městských částech a sousedních obcích. Stálým výdajem bude finanční obnos určený na správu internetových stránek, a to konkrétně 1 000 Kč měsíčně. Další součástí marketingové komunikace je ochutnávka, na kterou bude vyhraněno přibližně 450 Kč/měsíc. V případě inzerce do Kolodějských novin se jedná o měsíční náklad 100 Kč. Počítá se s uvedením inzerátu v každém čísle novin.

Tabulka 7: Výdaje na marketingovou komunikaci

	propočty	měsíční náklady	roční náklady
propagační letáky (20 ks)	25 Kč/ks x 20	500 Kč	500 Kč
internetové stránky		1 000 Kč	12 000 Kč
podpora prodeje (1x/týden)	100 Kč x 4,5	450 Kč	5 600 Kč
inzerce v novinách	100 Kč/měsíčně	100 Kč	1 200 Kč
celkové náklady		1 550 Kč	18 800 Kč

Zdroj: Vlastní

5.9.2 Odpisy

Vzhledem k tomu, že hodnota žádného vybavení nepřesáhla pořizovací cenu 40 000 Kč, veškerý majetek, kromě budovy a osobního automobilu, se bude účtovat přímo do spotřeby.

Celková hodnota budovy se po stavebních úpravách vyšplhala na 1 milion korun. Zařídění budov a dalšího hmotného a nehmotného majetku do odpisových skupin vymezuje paragraf 30 odstavce 1 zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů. Tuto budovu jsem zařadila do 5. odpisové skupiny, kdy je doba odpisování 30 let. Zvolila jsem daňové odpisy (jsou povinné a lze je uplatnit v přiznání k dani z příjmů) rovnoměrné, v případě budovy se první rok odepisuje s koeficientem 1,4, v dalších letech 3,4.

Tabulka 8: Odpisování budovy

	roční odpis	zůstatková cena		roční odpis	zůstatková cena
1. rok	14 000 Kč	986 000 Kč	16. rok	34 000 Kč	476 000 Kč
2. rok	34 000 Kč	952 000 Kč	17. rok	34 000 Kč	442 000 Kč
3. rok	34 000 Kč	918 000 Kč	18. rok	34 000 Kč	408 000 Kč
4. rok	34 000 Kč	884 000 Kč	19. rok	34 000 Kč	374 000 Kč
5. rok	34 000 Kč	850 000 Kč	20. rok	34 000 Kč	340 000 Kč
6. rok	34 000 Kč	816 000 Kč	21. rok	34 000 Kč	306 000 Kč
7. rok	34 000 Kč	782 000 Kč	22. rok	34 000 Kč	272 000 Kč
8. rok	34 000 Kč	748 000 Kč	23. rok	34 000 Kč	238 000 Kč
9. rok	34 000 Kč	714 000 Kč	24. rok	34 000 Kč	204 000 Kč
10. rok	34 000 Kč	680 000 Kč	25. rok	34 000 Kč	170 000 Kč
11. rok	34 000 Kč	646 000 Kč	26. rok	34 000 Kč	136 000 Kč
12. rok	34 000 Kč	612 000 Kč	27. rok	34 000 Kč	102 000 Kč
13. rok	34 000 Kč	578 000 Kč	28. rok	34 000 Kč	68 000 Kč
14. rok	34 000 Kč	544 000 Kč	29. rok	34 000 Kč	34 000 Kč
15. rok	34 000 Kč	510 000 Kč	30. rok	34 000 Kč	0 Kč

Zdroj: Vlastní

Dále je nutné vypočíst odpisy osobního automobilu, pro začátek podnikání bude pořízen ojetý osobní automobil s prostorem vhodným pro přepravu surovin a nápojů. Jedná se o dlouhodobý hmotný majetek, bude zařazen do 2. odpisové skupiny a minimální doba odpisování je v tomto případě 5 let. Pro rovnoměrné daňové odpisy je pro tuto skupinu koeficient v prvním roce odpisování 11 a pro další roky 22,25.

Tabulka 9: Odpisování osobního automobilu

	roční odpis	zůstatková cena
1. rok	11 000 Kč	89 000 Kč
2. rok	22 250 Kč	66 750 Kč
3. rok	22 250 Kč	44 500 Kč
4. rok	22 250 Kč	22 250 Kč
5. rok	22 250 Kč	0 Kč

Zdroj: Vlastní

5.9.3 Příjmy

Výpočet příjmů bude vycházet z odhadované procentuální obsazenosti podniku stravovacích služeb. V prvních měsících, a především v měsících mimo letní sezónu, budu počítat s pesimistickým odhadem obsazenosti, tedy 30 %. V letních měsících (červen až září) předpokládám o něco větší obsazenost hosty, tedy 60 %. Kapacita kavárny – cukrárny je 40 míst. Předpokládaná doba pobytu hosta je zhruba 2 hodiny, při denní provozní době průměrně 7,5 hodiny. Vychází, že celkovou kapacitu lze využít přibližně 3,5 krát, to znamená kapacita při zohlednění denního využití kapacity je 140 míst. Pro výpočet je také nutné stanovit průměrnou cenu útraty hosta, kterou odhaduji na 150 Kč, jelikož z dotazníkového šetření vyplynulo, že hosté jsou ochotni utratit 100 – 250 Kč a zároveň беру v úvahu pesimističtější odhad i v tomto ohledu. Provozovna bude mít otevřeno 6 dní v týdnu, což uvádí tabulka 2. Dále také počítám 4,5 týdne každý měsíc. V následujících tabulkách jsou shrnuty očekávané tržby v jednotlivých měsících. Tabulka 10 charakterizuje příjmy plynoucí z kapacity odbytového střediska. Je také potřeba zohlednit tržby, které budou plynout z nabídky formou „take away“ a z nákupu točené zmrzliny (zvláště v letních měsících). Toto popisuje tabulka 11, kde je taktéž počítáno spíše s pesimistickým odhadem jak v počtu zákazníků, tak v odhadované částce útraty.

Tabulka 10: Výpočet příjmů podniku – zákazníci počítaní v rámci kapacity podniku

	kapacita	obsazenost	útrata v Kč/osobu	měsíční tržby
leden	140 míst	30%	150 Kč	170 100 Kč
únor	140 míst	30%	150 Kč	170 100 Kč
březen	140 míst	30%	150 Kč	170 100 Kč
duben	140 míst	30%	150 Kč	170 100 Kč
květen	140 míst	30%	150 Kč	170 100 Kč
červen	140 míst	60%	150 Kč	340 200 Kč
červenec	140 míst	60%	150 Kč	340 200 Kč
srpen	140 míst	60%	150 Kč	340 200 Kč
září	140 míst	60%	150 Kč	340 200 Kč
říjen	140 míst	30%	150 Kč	170 100 Kč
listopad	140 míst	30%	150 Kč	170 100 Kč
prosinec	140 míst	30%	150 Kč	170 100 Kč
roční tržby				2 721 600 Kč

Zdroj: Vlastní

V případě možnosti vzít si zákusek/kávu s sebou počítám útratu cca 60 Kč/osobu a přibližně 5 takových zákazníků denně mimo letní sezónu a 10 při letní sezóně (zahrnuji i nákup např. točené zmrzliny). V tabulce 12 jsou shrnuty veškeré příjmy plynoucí z provozu kavárny – cukrárny.

Tabulka 11: Výpočet příjmů podniku – zákazníci nakupující s sebou

	počet zákazníků za den	útrata v Kč/osobu	měsíční příjmy
leden	5	60 Kč	8 100 Kč
únor	5	60 Kč	8 100 Kč
březen	5	60 Kč	8 100 Kč
duben	5	60 Kč	8 100 Kč
květen	5	60 Kč	8 100 Kč
červen	10	60 Kč	16 200 Kč
červenec	10	60 Kč	16 200 Kč
srpen	10	60 Kč	16 200 Kč
září	10	60 Kč	16 200 Kč
říjen	5	60 Kč	8 100 Kč
listopad	5	60 Kč	8 100 Kč
prosinec	5	60 Kč	8 100 Kč
roční příjmy		60 Kč	129 600 Kč

Zdroj: Vlastní

Tabulka 12: Celkové roční příjmy

příjmy ze sedací kapacity	2 721 600 Kč
příjmy z prodeje "take away"	129 600 Kč
celkové příjmy	2 851 200 Kč

Zdroj: Vlastní

5.9.4 Finanční zdroje

Vybudování tohoto podniku se neobejde bez krytí z cizích zdrojů. Bude třeba sjednat hypotéku na stavební úpravy, ta bude ve výši 750 000 Kč. Dále bude třeba zažádat o neúčelový podnikatelský úvěr, který poslouží k úhradě provozních a mzdových výdajů v prvním roce. Při zohlednění vlastního kapitálu v hodnotě 200 tisíc Kč bude nutný podnikatelský úvěr ve výši 900 000 Kč. Následující tabulka shrnuje veškeré údaje. Vzhledem ke kombinaci dvou druhů zdrojů krytí by bylo možné tyto dva zdroje konsolidovat a dosáhnout tak snížení celkové částky splaceného úroku.

Tabulka 13: Potřeba cizích zdrojů

	hypotéka	podnikatelský úvěr	celkem
výše úvěru	750 000 Kč	900 000 Kč	1 650 000 Kč
výše úroku	4,50%	8%	
doba splácení	10 let	7 let	
měsíční splátka	7 773 Kč	13 857 Kč	21 630 Kč
roční splátka	93 276 Kč	166 284 Kč	259 560 Kč
celková splacená částka	932 760 Kč	1 163 988 Kč	2 096 748 Kč
celková výše úroků	182 760 Kč	263 988 Kč	446 748 Kč

Zdroj: Vlastní

5.9.5 Hospodářské výsledky

Následující tabulka shrnuje příjmy v prvním roce a v dalších čtyřech letech a současně jednotlivé výdaje v jednotlivých letech. Veškeré tyto údaje jsem použila pro výpočet hospodářského výsledku před zdaněním, dále také pro výpočet daně z příjmu osob samostatně výdělečně činných, jehož prostřednictvím jsem došla k výpočtu čistého zisku. Je jednoznačné, že i v prvním roce fungování při pesimistickém odhadu příjmy převyšují výdaje, a to i v následujících letech. V prvním roce jsou výdaje přibližně o šestnáct tisíc nižší, z důvodu odlišné výše odpisů dlouhodobého majetku v prvním roce. V dalších letech jsou výše odpisu dvojnásobné až trojnásobné. Naopak v prvním roce je daň z příjmu vyšší, a to

z toho důvodu, že výsledek hospodaření před zdaněním je vyšší, příčinou jsou nižší výdaje. Další roky je tato tendence opačná.

Tabulka 14: Výpočet hospodářských výsledků

	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok
příjmy	2 851 200 Kč	2 851 200 Kč	2 851 200 Kč	2 851 200 Kč	2 851 200 Kč
provozní výdaje	344 740 Kč	344 740 Kč	344 740 Kč	344 740 Kč	344 740 Kč
mzdové výdaje	736 640 Kč	731 640 Kč	731 640 Kč	731 640 Kč	731 640 Kč
výdaje na marketingovou komunikaci	18 800 Kč	18 800 Kč	18 800 Kč	18 800 Kč	18 800 Kč
odpisy	25 000 Kč	56 250 Kč	56 250 Kč	56 250 Kč	56 250 Kč
splátky úvěrů	259 560 Kč	259 560 Kč	259 560 Kč	259 560 Kč	259 560 Kč
celkové výdaje	1 384 740 Kč	1 410 990 Kč	1 410 990 Kč	1 410 990 Kč	1 410 990 Kč
výsledek hospodaření před zdaněním	1 466 460 Kč	1 440 210 Kč	1 440 210 Kč	1 440 210 Kč	1 440 210 Kč
základ daně	1 465 352 Kč	1 439 102 Kč	1 439 102 Kč	1 439 102 Kč	1 439 102 Kč
zaokrouhlený základ daně	1 465 300 Kč	1 439 102 Kč	1 439 102 Kč	1 439 102 Kč	1 439 102 Kč
daň (15 %)	219 795 Kč	215 865 Kč	215 865 Kč	215 865 Kč	215 865 Kč
sleva na poplatníka	24 840 Kč	24 840 Kč	24 840 Kč	24 840 Kč	24 840 Kč
daň po uplatnění slev	194 955 Kč	191 025 Kč	191 025 Kč	191 025 Kč	191 025 Kč
čistý zisk	1 271 505 Kč	1 249 185 Kč	1 249 185 Kč	1 249 185 Kč	1 249 185 Kč

Zdroj: Vlastní

5.9.6 Doba návratnosti investic

Prvotní investice nejsou extrémně vysoké, ale pro vlastníka bude důležité, za jak dlouho se mu investice vrátí. Pro výpočet tohoto ukazatele, který udává dobu, za jakou peněžní příjmy pokryjí počáteční výdaj na investici. Z předchozí tabulky použijí čistý zisk. Z výpočtu kumulovaného čistého zisku vychází, že počáteční investice se vrátí za necelé dva roky. Pro vlastníka však bude lepší počítat s celými dvěma lety, jelikož se v průběhu roku mohou vyskytnout neočekávané výdaje, jako například krádež apod.

Tabulka 15: Doba návratnosti investice

	čistý zisk	kumulovaný čistý zisk	počáteční investice
1. rok	1 271 505 Kč	1 271 505 Kč	1 650 000 Kč
2. rok	1 249 185 Kč	2 520 690 Kč	
3. rok	1 249 185 Kč	3 769 875 Kč	

Zdroj: Vlastní

5.10 Vize podniku

Z počátku je prvotním bodem zjistit, zda podnik může existovat. V rámci uvedené kalkulace příjmů a výdajů, kdy jsem zohlednila jak pesimistický, tak optimistický odhad v podobě předpokládané obsazenosti zařízení a očekávané útraty zákazníků, lze očekávat, že podnik bude pokračovat ve své činnosti i další roky. Základní vizí je stát se v období pěti let podnikem nabízející jak kvalitní pokrmy a nápoje, tak kvalitní obsluhu, čímž se promítne do podpory vztahů místních obyvatel.

V případě, že toto zařízení stravovacích služeb bude úspěšné, je plánováno zaměřit se více na společenskou odpovědnost podniku, konkrétně v časovém horizontu jednoho roku až dvou let, a to vzhledem k výši předpokládaného čistého zisku. Konkrétní podobou by bylo přispívání městskému úřadu na správu a vylepšování dětského hřiště, které se nachází na sousedním pozemku. Toto dětské hřiště bylo z části financováno z fondů Evropské unie a zbývající finanční obnos anonymně daroval jeden z obyvatelů této městské části. Vzhledem k tomu, že údržba těchto prostor není zdarma, tento podnik stravovacích služeb bude v budoucnu přispívat na jeho rekonstrukci a případné rozšiřování. Dalším dlouhodobým cílem bude vybudování dětského koutku, který bude využit převážně v zimních měsících. Toto je plánováno po naspoření určitého obnosu nutného pro investici do dětského koutku, odhadovaný časový horizont je 2 – 3 roky.

6 Závěr

Hlavním cílem této diplomové práce bylo navrhnout podnikatelský koncept zařízení stravovacích služeb v městské části Praha Koloděje, která je zejména v posledních dvaceti letech ovlivněna urbanizačními procesy. Právě následky urbanizace a suburbanizace v této městské části jsou důvodem, proč by podnikatelský koncept, již je podstatou této závěrečné práce, měl být realizován a na jehož podmínky je přímo vytvořen. Smyslem takového zařízení je primárně uspokojit potřeby místních obyvatel a současně také být faktorem pro rozvoj mezilidských vztahů, které se nacházejí v Kolodějích. Celý podnikatelský koncept je charakterizován v kapitole 5 a je zpracován na základě sběru primárních a sekundárních dat, jejichž součástí je průzkum zákaznických potřeb prostřednictvím dotazníkového šetření, vyjádření místní samosprávy a dalších organizací, konkrétně městského úřadu v Kolodějích, stavebního úřadu městské části Praha 21 a živnostenského odboru městského úřadu Praha 21. Podnikatelský koncept zahrnuje charakteristiku podniku, dále záměr a cíle podnikání, specifikaci produktu a výrobního procesu, personální zajištění, zohlednění konkurence, charakteristiku zákazníků a podobně, v neposlední řadě ekonomické propočty a vize projektu do budoucna.

Hlavního cíle bylo dosaženo prostřednictvím dílčích cílů, tedy prostřednictvím analýzy nabídky stravovacích služeb a jejích substitutů a současně zhodnocení možnosti pro založení podniku stravovacích služeb. Dílčí cíl analýza nabídky stravovacích služeb byl splněn v rámci sekundárních dat, tedy v subkapitole Vymezení zkoumaného území, která zahrnuje jak popis městské části Koloděje obecně, tak charakteristiku občanské vybavenosti, kultury a možností pro trávení volného času a samozřejmě stravovacích zařízení v městské části Praha Koloděje. Druhý dílčí cíl, zhodnocení možnosti pro založení podniku stravovacích služeb, je naplněn několika částmi. Prvním je vyjádření místní samosprávy formou řízených rozhovorů, druhou částí jsou výsledky dotazníkového šetření a třetí částí vlastní pozorování. Prostřednictvím řízeného rozhovoru s tajemnicí městského úřadu v Kolodějích jsem získala pohnutí pro návrh podniku stravovacích služeb v této městské části. Díky druhému řízenému rozhovoru s vedoucím stavebního úřadu městské části Praha 21 jsem se dozvěděla technické parametry pro realizaci podniku stravovacích služeb ve zkoumaném území. Poslední řízený rozhovor mi posloužil převážně z hlediska praktické realizace podniku, jak

postupovat při získání živnostenských oprávnění potřebných pro provoz zařízení stravovacích služeb. Výsledky dotazníkového šetření posloužily pro tvorbu samotného podnikatelského konceptu, konkrétně tedy v případě záměru a cílů podnikání, specifikaci produktu a výrobního procesu a charakteristice zákazníků. Prostřednictvím dotazníkového šetření jsem zjistila jejich požadavky a přání.

Podnikatelský koncept byl navrhován ve prospěch zmírnění důsledků urbanizačních procesů, konkrétně pro zlepšení sociální atmosféry v městské části Praha Koloděje. Pochybnosti o vztazích mezi místními obyvateli vyplynuly jak z řízeného rozhovoru s představitelkou městského úřadu v Kolodějích, tak z dotazníkového šetření. Je těžké posoudit, zda při realizaci bude mít tento podnik opravdu pozitivní vliv na mezilidské vztahy obyvatel Koloděj. Přesto byly při tvorbě podnikatelského konceptu zohledněny veškeré faktory a použity vhodné metody výzkumu. Tím je myšlen názor místních obyvatel, vyjádření místní samosprávy a vlastní dlouholeté pozorování. Zejména umístění provozovny a druh stravovacího zařízení, tedy kavárna - cukrárna, která svým charakterem předpokládá delší pobyt hosta v zařízení, může také zprostředkovat naplnění společenských potřeb zákazníků. To vše je devizou navrhovaného podniku a jsou navíc záměrem podniku. Dále se také do budoucna počítá s integrací společenské odpovědnosti firem, tedy konkrétně s finanční podporou určenou pro údržbu, opravu či rozšíření sousedícího dětského hřiště.

Celý podnikatelský koncept jsem sestavovala za pomoci studia odborné literatury zaměřené na podnikatelský plán. Přestože neobsahuje veškeré části, jaké by klasický podnikatelský plán měl mít, v případě rozšíření je možné ho jako podnikatelský plán použít, a to i v jiných obcích či městských částech, které se charakteristikou podobají zkoumanému území, tedy území, která jsou ovlivněna urbanizačními procesy.

Zda by tento podnik opravdu prospěl současné sociální atmosféře v Kolodějích, to by bylo možné zjistit po realizaci, konkrétně formou dotazníkových šetření po uplynutí určitého časového horizontu. Tato data by bylo možné srovnat s výsledky dotazníkového šetření, které jsem provedla v rámci této práce. Bylo by nutné věnovat značnou pozornost sestavování dotazníku, speciálně škále možných odpovědí, jelikož posuzování sociálních aspektů společnosti je delikátní a častokrát problematicky specifikovatelné.

7 Summary and key words

This diploma thesis deals with point of food and beverage services in human residences influenced by urbanization processes. The main aim was to propose business concept which would be based on human needs and demand of people living in chosen area.

At the beginning it was necessary to study technical literature to get knowledge in discussed issues especially in case of urbanization processes because this is not part of study at the Faculty of Economics. Main key words and connected problematic is described at this part of diploma thesis. Next part was getting primary data due to questionnaire research and managed interviews with representatives of municipal authority of Prague city part – Koloděje. The important part of getting primary data was my own observing as well because I have been living in this part of Prague for sixteen years so I know the situation which is in Koloděje. This information was used to create business concept which is connected to impact of urbanization processes especially impact which cannot be seen – social atmosphere and social relations between residents because this is discussed and interesting topic nowadays.

The outcome of this diploma thesis is business concept of food & beverage company which deals with localization of the company, human resources, marketing mix, consumers, competition for this company, then financial calculations and vision for next continuation. This concept is created for family business based on knowing people in this part of city and the localization – straight next to the children playground. It is important because people moving into new houses are mostly young families with small children and it is very hard to get together with original inhabitants. This is the main aim of this company: contribute to improving of social atmosphere in Koloděje. For the future business is expected to integrate social responsibility of companies in form of donating some financial amount for maintenance of children playground.

Key words: food & beverage services, food & beverage company, human needs, urbanization processes, impact of urbanization processes, business concept

8 Seznam použité literatury

- Bednářová, D. & Parmová, D. (2003). *Malé a střední podnikání*. České Budějovice: ZF Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.
- Bednářová, D. & Škodová Parmová, D. (2010). *Malé a střední podnikání*. České Budějovice: EF Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.
- Beránek, J. (2004). *Provozujeme pohostinství a ubytování*. Praha: Grada Publishing.
- Beránek, J., Kotek, P. (2003). *Řízení hotelového provozu*. Praha: Grada Publishing
- Boučková, J., Horáková, H., Hrdinová, J., Kališová, L., Koudelka, J., Šlechtová, J., Stehlík, E. & Zbořil, K. (2001). *Marketing*. Praha: Fakulta podnikohospodářská VŠE.
- Boumová, E., Čermák, V., Hašek, J., Judlová, M., Kolínský, A., Krejčíková, E., Metyšová, K., Moravec, J., Nevímová, P., Palla, J., Ruml, J., Saitl, V., Šusta, J., Vinař, J., Vinař, O. & Žižka, J. (2000). *Kapitoly z dějin Koloděj*. Praha: EL Consult.
- Císař, J., Němcová, L. & Müllerová, J. (1997). *Drobné podnikání*. Praha: Fakulta podnikohospodářská VŠE.
- ČSÚ. (2008). *Souborné informace: Lexikon hlavního města Prahy*. Praha: Český statistický úřad.
- ČSÚ. (2012). *Charakteristika hlavního města Prahy*. Retrieved from [http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/D0003FF585/\\$File/10-101112charcz.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/D0003FF585/$File/10-101112charcz.pdf).
- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M. & Ferrell, O. C. (1994). *Marketing: Concepts and Strategies*. London: Cengage Learning EMEA.
- Dopravní podnik Praha. (2014). *Spojení – Koloděje*. Retrieved from <http://www.dpp.cz/hledej/?query=kolod%C4%9Bje>.
- Dytrt, Z., Bartošíková, M., Brodský, Z., Březinová, O., Daněk, O., Diatka, C., Dvořáková, V., Fink, Z., Gregelová Steigrová, L., Harvey, J., Holátová, D., Kleinwasser, S., Kozák, V., Kožená, M., Kratochvílová, H., Málek, O., Petříčková, I., Příbyl, M., Slámečka, V., Staňková, P., Stříteská, M., Tomancová, L., Sokol, P., Svátek, J., Šatera, K., Štambera, D., To-

- mek, G., Vávrová, V., Vedlich, J. & Wagner, U. (2012). *Odpovědný management v podnikání a veřejné správě: Cesta do inovační společnosti*. Žilina: GEORG.
- Evropské společenství. (2008). *Nařízení Komise (ES) 800/2008, článek 87 a 88 Smlouvy o ES. Příloha č. 1 – Definice malých a středních podniků: Podnik*. Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:214:0003:0047:cs:PDF>.
- Fotr, J. (1999). *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Praha: Grada publishing.
- OSA. (2011). *Gastronomická zařízení – Kavárny*. (2011). Retrieved from www.osa.cz/hlavni-menu/licence-k-užití/gastronomická-zařízení/kavárny.aspx.
- Goeldner, Ch. R. & Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken: Wiley.
- Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V. & Oriška, J. (2006). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- Hnilička, P. (2005). *Sídelní kaše – otázky k suburbánní výstavbě rodinných domů*. Brno: Vydavatelství ERA.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada publishing.
- Hruška, S. (2008). *Víno Hruška: Vinotéka Koloděje*. Retrieved from <http://www.vinokterechna.cz/kontakty>.
- Hyršlová, J., Klečka, J. (2008). *Ekonomika podniku*. Praha: VŠEM.
- Indrová, J., Petrů, Z. & Vaško, M. (1996). *Podnikatelská činnost ve stravování a hotelnictví*. Praha. VŠE.
- Jakubíková, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada.
- Katedra urbanismu a územního plánování. (2011). *Vymezení pojmu území*. Retrieved from <http://www.uzemi.eu/pojmy/uzemi>.
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. (2008). *Pohostinství pro cestovní ruch*. Retrieved from <http://vzdelavanivcr.cz>.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2001). *Marketing management*. Praha: Grada publishing.

- Körner, M., AURS Praha, s. r. o. (2001). Několik poznámek k článku „Demografická stagnace našich největších měst“. *Urbanismus a územní rozvoj*, 2001, číslo 6, 22-24.
- Macáková, L., Breňová, L., Hořejší, B., Koderová, J., Rusmichová, L., Soukup, J., Soukupová, J. & Nečadová, M. (2002). *Mikroekonomie: Základní kurs*. Slaný: nakladatelství Melandrium.
- Macešková, M. & Ouředníček, M. (2008). Dopad suburbanizace na daňové příjmy obcí. *Obec a finance*, ročník 13, číslo 1, 28-29.
- Magistrát hlavního města Prahy. (2012). *Informační servis o životním prostředí ve vybraných MČ hl. města Prahy*. Retrieved from http://envi4.praha.eu/pdf/MC_Praha-Kolod%C4%9Bje.pdf.
- Mankiw, N. G. (1999). *Zásady ekonomie*. Praha: Grada publishing.
- Mapy.cz. (2014). *Koloděje*. Retrieved from http://www.mapy.cz/#!x=14.652048&y=50.063132&z=13&t=s&q=kolod%25C4%259Bje&qp=11.734447_48.822753_19.030434_50.696615_6&d=ward_4653_0_2.
- Ministerstvo hospodářství ČR. (1994). *Doporučení ustavující základní ukazatele pro kategorizaci hostinských a ubytovacích zařízení*. Retrieved from <http://www.cestovni-ruch.cz/kategorizace/doporuceni.htm>.
- Morrison, A. M. (1995). *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, a. s.
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.
- OSA. (2011a). *O nás*. Retrieved from www.osa.cz/hlavni-menu/kdo-jsme/o-nas.aspx.
- OSA. (2011b). *Gastronomická zařízení*. Retrieved from <http://www.osa.cz/hlavni-menu/licence-k-u%C5%BEit%C3%AD/gastronomick%C3%A1-za%C5%99%C3%ADzen%C3%AD/kav%C3%A1rny.aspx>.
- Ouředníček, M. (2007). Differential suburb and development in Prague urban region. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 89, 111-126.

- Ouředníček, M. (2012a). *Suburbanizace: Co to je a jaké má podoby*. Retrieved from http://www.suburbanizace.cz/01_teorie_suburbanizace.htm.
- Ouředníček, M. (2012b). *Prostorový vývoj měst: Historická suburbanizace*. Retrieved from <http://www.suburbanizace.cz/slovnicek/urbanizace.htm>.
- Ouředníček, M., Špačková, P. & Novák, J. (2013). *Sub urbs: krajina, sídla a lidé*. Praha: Academia.
- Ouředníček, M. & Temelová, J. (2008). Současná česká suburbanizace a její důsledky. *Veřejná správa*, 4/2008, I-IV.
- Pícha, K. (2012). *Společenská odpovědnost podniku v aktuálních trendech*. Praha: Alfa Nakladatelství, s. r. o.
- Podnikatel.cz. (2007-2014). *Předpis č. 258/2008 Sb. Zákon o ochraně veřejného zdraví: Stravovací služba*. Retrieved from <http://www.podnikatel.cz/zakony/zakon-c-258-2000-sb-o-ochrane-verejneho-zdravi/uplne/>.
- Posová, D. & Sýkora, L. (2011). Urbanizace a suburbanizace v městských regionech Prahy a Vídně: Strukturální rozdíly v podmínkách odlišných politicko-ekonomických režimů. *Geografie*, ročník 16, číslo 3, 334-356.
- Praha na dlani – informační portál pro Prahu. (2013). *Městská část Praha Koloděje*. Retrieved from <http://www.prahanadlani.cz/mestska-cast/praha-kolodeje.html>.
- Prazskecyklostezky.cz. (2007-2010). *Cyklotrasa A50/č. 8100*. Retrieved from <http://www.prazskecyklostezky.cz/cyklostezka/a50.aspx>.
- Příloha č. 1 k zákonu č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. (1991). *Živnosti řemeslné*. Retrieved from <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/priloha1.aspx>.
- Příloha č. 2 k zákonu č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. (1991). *Živnosti vázané*. Retrieved from <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/priloha2.aspx>.
- Příloha č. 3 k zákonu č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. (1991). *Živnosti koncesované*. Retrieved from <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/priloha3.aspx>.

- Příloha č. 4 k zákonu č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. (1991). *Živnost volná*. Retrieved from <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/priloha4.aspx>.
- Puldová, P. & Ouředníček, M. (2006). Změny sociálního prostředí v zázemí Prahy jako důsledek procesu suburbanizace. *Sociální geografie Pražského městského regionu*, 128-142.
- Putnová, A. & Seknička, P. (2007). *Etické řízení ve firmě*. Praha: GrahaPublishing, a. s.
- Restaurant Nö.110. (2004). *O nás*. Retrieved from <http://www.no110.cz/script/food.asp?Type=1&SubType=1>.
- Salač, G. (2006). *Stolničení*. Praha: Fortuna.
- Samuelson, P. A. & Nordhaus, W. D. (1995). *Ekonomie*. Praha: Svoboda.
- Schiller, B. S. (2004). *Mikroekonomie*. Brno: Computer Press.
- Slovník cizích slov ABZ. (2005-2014). *Suburbanizace*. Retrieved from http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/hledat?typ_hledani=prefix&cizi_slovo=urbanizace
- Smetana, F. & Marešová, E. (2005). *Ekonomika pro střední a vyšší hotelové školy*. Praha: Fortuna.
- Srpová, J., Svobodová, I., Skopal, P. & Orlík, T. (2011). *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada.
- Srpová, J., Řehoř, V., Blažek, L., Březina, T., Frolík, Z., Grančičová, K., Habrmanová, B., Háša, J., Homola, H., Jünger, J., Kasa, P., Keštner, M., Koubek, J., Křížek, M., Kubálková, M., Kubíčková, D., Kunz, V., Mikoláš, Z., Musil, J., Pánek, V., Režňáková, M., Rolínek, L., Senecký, R., Svobodová, I., Šašek, P., Šubertová, E. & Vohánka, M. (2010). *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada
- Steinerová, M. (2008). *Koncept CSR v praxi – Průvodce odpovědným podnikáním*. Retrieved from <http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/wp-content/uploads/2013/09/Koncept%20CSR%20v%20praxi.pdf>.

- Synek, M., Dvořáček, J., Dvořák, J., Dvořáková, Z., Eisler, J., Hoffmann, J., Janhuba, M., Jindra, J., Kislingerová, E., Kleibl, J., Neumaierová, I., Novotný, J., Sedláčková, H., Srpová, J., Veber, J. & Tomek, J. (2006). *Podniková ekonomika*. Praha: C. H. Beck.
- Synek, M., Císař, J., Dvořáček, J., Dvořák, J., Dedouchová, M., Eisler, J., Hoffmann, V., Jindra, J., Kislingerová, E., Kleibl, J., Kubálek, J., Neumaierová I., Sedláčková, H. & Tomek, J. (1998). *Nauka o podniku: učební texty pro bakalářské studium*. Praha: VŠE.
- Sýkora, L. (2002). *Suburbanizace a její sociální, ekonomické a ekologické důsledky*. Praha: Ústav pro ekopolitiku.
- Sýkora, L. (2003). *Suburbanizace a její společenské důsledky*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- Sýkora, L. & Posová, D. (2011). Formy urbanizace: Kritické zhodnocení modelu stadií vývoje měst a návrh alternativní metody klasifikace forem urbanizace. *Geografie*, ročník 116, číslo 1, 1-22.
- Szentesiová, K. (2009). Suburbanizace a územní plánování Prahy. In *Sborník ze semináře AUÚP*. Beroun: Ústav územního rozvoje.
- Šajdlerová, I. & Konečný, M. (2007). *Základy managementu: učební texty*. Ostrava: Vysoká škola báňská.
- Temelová, J. & Ouředníček, M. (2008). Suburbanizace: Nikoli nutně negativní jev, Stavební fórum. Retrieved from <http://www.stavebni-forum.cz/cs/article/11040/suburbanizace-nikoli-nutne-negativni-jev/>.
- Tomek, G. & Vávrová, V. (2001). *Výrobek a jeho úspěch na trhu*. Praha: Grada publishing.
- Toušek, V., Kunc, J., Vystoupil, J., Daněk, P., Klapka, P., Mulíček, O., Szczyrba, Z., Seidenglanz, D., Tonev, P., Vančura, M., Věžník, A. & Viturka, M. (2008). *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s. r. o.
- UNIHOST. (2010). *O dobré kávě s Baristou Michalem Křížkou (Café Art)*. Retrieved from www.unihostostrava.cz/www/cz/.
- Úřad městské části Praha – Koloděje. (2010). *Obchody a služby*. Retrieved from <http://www.praha-kolodeje.cz/cz/sluzby>.

Vyhláška Ministerstva zdravotnictví č. 137/2004 Sb., o hygienických požadavcích na stravovací služby a o zásadách osobní a provozní hygieny při činnostech epidemiologicky závažných. (2009). *Hostinská činnost a ubytovací služby*. Retrieved from haccp.webnode.cz/hostinska-cinnost/

Zákon č. 438/2005 Sb., o rozhlasových a televizních poplatcích a o změně některých zákonů. (2005). *Rozhlasový poplatek*. In: Sběrka zákonů. Retrieved from https://zis-ext.rozhlas.cz/docs/zakon_348_2005.pdf.

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. (1991). *Živnost*. In: Sběrka zákonů. Retrieved from <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/>.

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, část 3, paragraf 31. (1991). *Povinnosti podnikatele*. In: Sběrka zákonů. Retrieved from <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/cast3.aspx>.

Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník. (1991). *Obchodní zákoník*. In: Sběrka zákonů. Retrieved from <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/>.

9 Seznam tabulek, grafů a obrázků

9.1 Seznam tabulek

- Tabulka 1: Vývoj počtu obyvatelstva, bytů a RD
- Tabulka 2: Provozní doba podniku
- Tabulka 3: Cenová kalkulace 1 ks zákusku – štrúdl
- Tabulka 4: Celkové investiční výdaje
- Tabulka 5: Celkové výdaje spojené s personálním obsazením
- Tabulka 6: Výdaje na provoz podniku
- Tabulka 7: Výdaje na marketingovou komunikaci
- Tabulka 8: Odpisování budovy
- Tabulka 9: Odpisování osobního automobilu
- Tabulka 10: Výpočet příjmů podniku – zákazníci počítaní v rámci kapacity podniku
- Tabulka 11: Výpočet příjmů podniku – zákazníci nakupující s sebou
- Tabulka 12: Celkové roční příjmy
- Tabulka 13: Potřeba cizích zdrojů
- Tabulka 14: Výpočet hospodářských výsledků
- Tabulka 15: Doba návratnosti investice

9.2 Seznam grafů

- Graf 1: Spokojenost se vtahy mezi místním obyvatelstvem
- Graf 2: Spokojenost obyvatelstva s možnostmi pro volnočasové aktivity
- Graf 3: Scházíte se na dětském hřišti v Meinlinově ulici i v početnějších skupinách?
- Graf 4: Návštěvnost zmíněného dětského hřiště
- Graf 5: Denní doba návštěv dětského hřiště respondenty
- Graf 6: Potřeba stravovacího zařízení ve vybraném území

- Graf 7: Požadovaná provozní doba stravovacího zařízení - dny
- Graf 8: Požadovaná provozní doba stravovacího zařízení – denní doba
- Graf 9: Požadované druhy nabídky v podniku stravovacích služeb v Kolodějích
- Graf 10: Nabídka pokrmů
- Graf 11: Požadované vybavení podniku stravovacích služeb v Kolodějích
- Graf 12: Kupní síla potenciálních zákazníků
- Graf 13: Očekávání potenciálních zákazníků
- Graf 14: Mohl by mít takový podnik vliv na sociální atmosféru v Kolodějích?

9.3 Seznam obrázků

- Obrázek 1: Maslowova pyramida potřeb
- Obrázek 2: Rozdělení hl. m. Prahy na 57 městských částí
- Obrázek 3: Organizační schéma

10 Seznam příloh

Příloha č. 1: Územní růst hlavního města Prahy podle katastrálních území

Příloha č. 2: Řízené rozhovory

Příloha č. 3: Tištěná podoba dotazníku

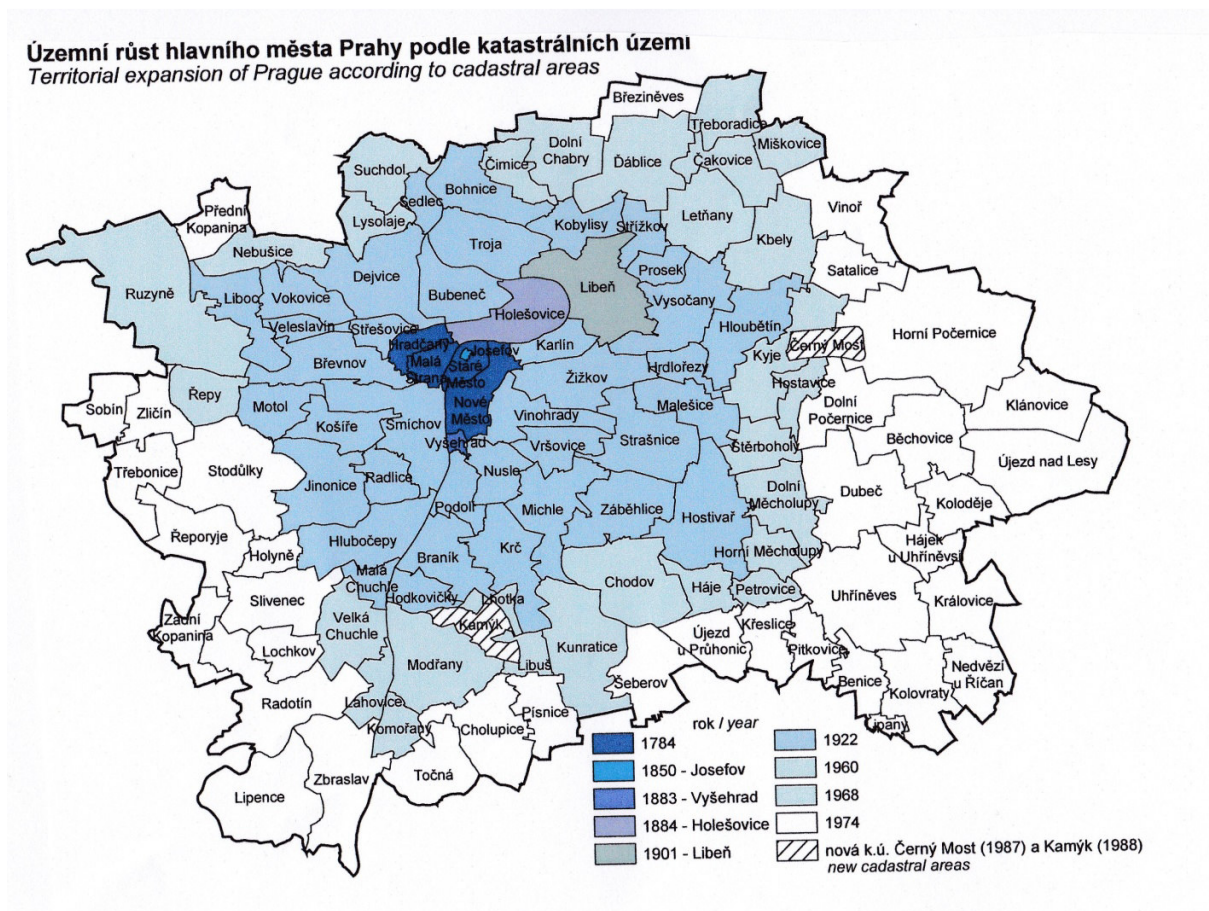
Příloha č. 4: Rozmístění nové bytové výstavby 2012 podle obcí

Příloha č. 5: Znak Koloděj

Příloha č. 6: Dětské hřiště v Meinlinově ulici

Příloha č. 7: Mapa katastrálního území

Příloha č. 1: Územní růst hlavního města Prahy podle katastrálních území



Zdroj: ČSÚ. (2008). Územní růst hlavního města Prahy podle katastrálních území. In Český statistický úřad, *Souborné informace: Lexikon hlavního města Prahy* (str. 9). Praha: ČSÚ.

Příloha č. 2: Řízené rozhovory

Řízený rozhovor č. 1 – s tajemnicí městského úřadu MČ Koloděje, paní Ilonou Chalupskou

- Přibližně od jakého roku je zaznamenán rozmach nové výstavby v této městské části?
- Jaký je aktuální podíl nové zástavby na celkovém počtu staveb v této lokalitě a jak se změnilo množství obyvatel v průběhu této výstavby?
- Jakou věkovou skladbu a jakou strukturu má celkově městská část Praha Koloděje a jak se na ní podílí noví spoluobčané?
- Jak byste charakterizovala vztahy mezi „starousedlíky“ a novými obyvateli Koloděj? V publikacích popisujících (sub)urbanizované obce autoři uvádějí četné problémy mezi „starousedlíky“ a nově přistěhovalými obyvateli. Jaká je situace konkrétně v Kolodějích?
- Myslíte si, že je v Kolodějích dostatečná občanská a sociální vybavenost? Jeden z největších problémů v suburbíích je ten, že přibývajícimu počtu obyvatel přestává postačovat infrastruktura. Je to případ i MČ Praha – Koloděje?
- Je zamýšleno v budoucnosti pokračovat v další výstavbě rodinných domů v Kolodějích?

Řízený rozhovor č. 2 – Úřad MČ Praha 21 Újezd nad Lesy, vedoucí odboru stavebního úřadu pro MČ 2, pan Ing. Jan Kupr

- Za jakých podmínek je možné provozovat podnikání v nové zástavbě v městské části Praha Koloděje?
- Když by se jednalo o podnik stravovacích služeb, který by se nacházel na pozemku v osobním vlastnictví, kde je RD a zahradní dome. Jak je možné získat povolení k provozu?
- Po získání živnostenského oprávnění a dokončení veškerých stavebních úprav, co následuje dál?

Řízený rozhovor č. 3 – Úřad MČ Praha 21 Újezd nad Lesy, referentka živnostenského odboru Věnceslava Mičánová a vedoucí živnostenského odboru Zuzana Voříšková

- Co je třeba udělat pro získání živnostenského oprávnění k provozu stravovacího zařízení, konkrétně kavárna či cukrárna?
- Co následuje po tom, až podám žádost o živnostenské oprávnění?
- Co se týká provozovny zmíněného podniku, má ohlašovatel povinnost podniknout nějaké kroky vůči živnostenskému odboru?

Příloha č. 3: Tištěná podoba dotazníku

Dobrý den,

Jsem studentka posledního ročníku EF Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Ráda bych Vás požádala o pomoc při získávání dat pro mou závěrečnou práci. Tématem je návrh podnikatelského konceptu stravovacího zařízení v podmínkách urbanizace a suburbanizace, lokalizace - Koloděje. Vyplnění zabere jen pár minut a mě při zpracování tématiky velice pomůže. Předem děkuji za ochotu.

- 1) Myslíte se, že místní obyvatelé mají dobré vztahy?
Určitě ano - Spíš ano - Spíš ne - Určitě ne
- 2) Jste spokojen/a s podmínkami pro trávení Vašeho volného času (příp. Vašich ratolestí) v této městské části?
Ano - Ne
- 3) Pokud byla Vaše odpověď negativní, co konkrétně Vám nevyhovuje, případně jak byste navrhoval/a takovou situaci změnit?
.....
- 4) Navštěvujete místní dětské hřiště v Meinlinově ulici? (pokud Ne -> vynechány otázky 5 a 6)
Ano - Ne
- 5) Scházíte se zde i v početnějších skupinách, jako například s jinými rodiči/prarodiči apod.?
Ano - Ne
- 6) Přibližně jak často a jakou denní dobu převážně chodíte se svými potomky resp. vnučaty na zmíněné hřiště?
Několikrát týdně I) Dopolnedne
Maximálně 1x/týden II) Okolo poledne
Zřídka III) Brzy dopoledne
IV) Později dopoledne (po 16. hodině)
- 7) Uvítal/a byste v přímé blízkosti tohoto dětského hřiště nějakou formu občerstvení, prakticky i prostor pro společenský kontakt s ostatními obyvateli Koloděj? (pokud Ne -> konec dotazníku)
Ano - Ne
- 8) Pokud byla Vaše odpověď na předešlou otázku pozitivní, jakou provozní dobu byste preferoval/a? Zaškrtněte, prosím, dny a hodiny. (více možností)
Pondělí e) Pátek I) 8 - 16
Úterý f) Sobota II) 9 - 17
Středa g) Neděle III) 10 - 18
Čtvrtek IV) 11 - 19
Jiné:
- 9) Jaký druh nabídky byste upřednostňoval/a v takovém podniku? (více možností)
 - a) Nabídku po domácku vyrobených pokrmů a nápojů (švestkový koláč, toasty, domácí limonáda apod.)
 - b) Nabídku pokrmů a nápojů vyrobených z BIO potravin (ekologického zemědělství)
 - c) Klasickou nabídku jako bývá v restauračních zařízeních
 - d) Nabídka rychlého občerstvení (pizza, burgery, bagety apod.)
 - e) Nabídka „takeaway“ – káva/zákusek apod. s sebou

10) Vyberte, prosím, z následujících sortimentních skupin, o které byste měl/a zájem. (více možností)

- a) Palačinky a vafle
- b) Sladké domácí pečivo (švestkový koláč, hraběčiny řezy...)
- c) Krémové dorty
- d) Moderní kavárenský sortiment (cheesecake, tiramisu, panna cotta apod.)
- e) Staročeské pečivo (frgál, medovník, štrúdl)
- f) Ovocné dorty a zákusky
- g) Ovocné sorbety
- h) Mléčné koktejly
- i) Zmrzlinové poháry
- j) Toasty (panini)
- k) Omelety
- l) Chlebíčky
- m) Slané koláče a pečivo

Jiné:

11) Jaké vybavení by nemělo v takovém podniku chybět? (více možností)

- a) Wi-Fi připojení k internetu
- b) Možnost půjčení PC
- c) Hudba k individuálnímu poslechu
- d) Knihy
- e) Denní tisk
- f) Dětský koutek, přebalovací pult
- g) Stolní a karetní hry
- h) Jiné:

12) Průměrně jakou částku byste byl ochoten/ochotna utratit v obdobném zařízení?

- a) Do 100 Kč/osobu
- b) 100 – 250 Kč/osobu
- c) Více než 250 Kč/osobu

13) Co byste očekával/a od takového podniku? (více možností)

- a) Rozšíření nabídky stravovacích služeb v Kolodějích
- b) Další možnost pro trávení volného času
- c) Místo pro setkávání s přáteli
- d) Místo pro odpočinek
- e) Pochutnat si na nabídce podniku

Jiné:

14) Myslíte si, že by takový podnik mohl napomoci sociální atmosféře (vztahům mezi obyvateli) v Kolodějích?

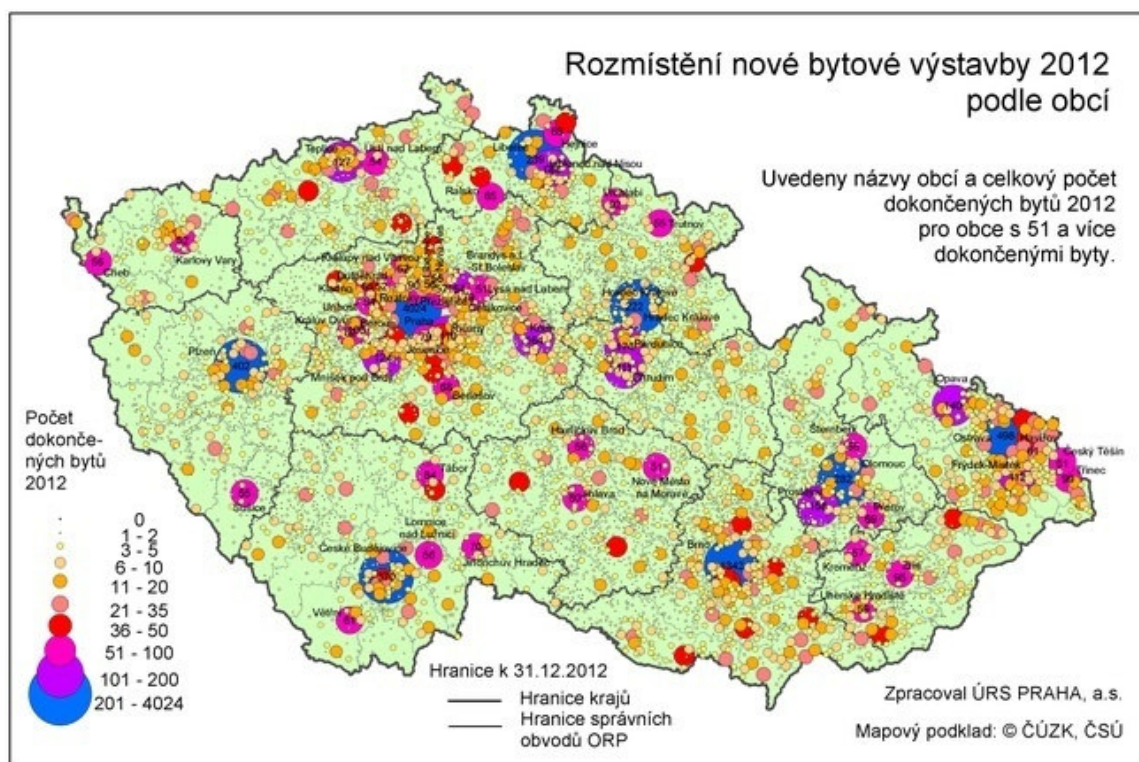
Ano - Nevím - Ne

15) Pokud máte děti/vnoučata, uveďte, prosím, jejich věk:

Pohlaví: žena muž

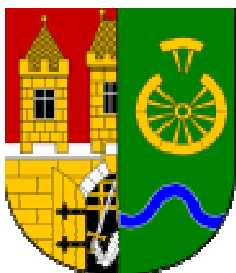
Věk:

Příloha č. 4: Rozmístění nové bytové výstavby 2012 podle obcí



Zdroj: ČSÚ. (2013). *Rozmístění nové bytové výstavby 2012 podle obcí*. Retrieved from http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/rozmisteni_nove_bytove_vystavby_2012_podle_obci.

Příloha č. 5: Znak Koloděj



Zdroj: Portál hlavního města Prahy. (2013). *Městská část Praha Koloděj*. Retrieved from http://www.praha.eu/jnp/cz/home/mestske_casti/kolodeje/.

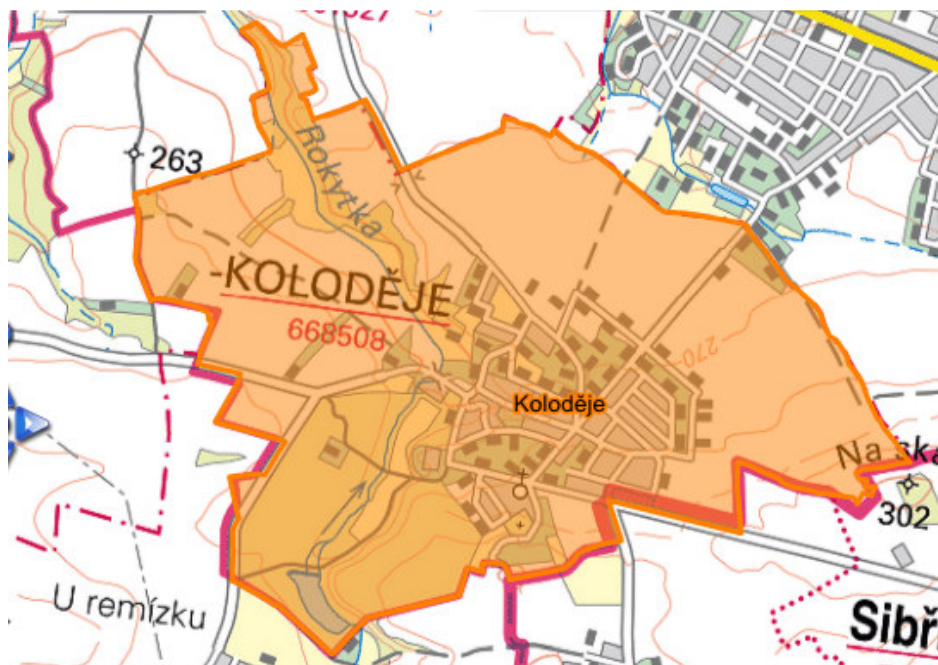
Příloha č. 6: Dětské hřiště v Meinlinově ulici



Zdroj: Vlastní

Příloha č. 7: Mapa katastrálního území

MČ Praha Koloděje – katastrální území č. 668508



Zdroj: Kurzy.cz. (2014). *Koloděje, katastrální území 668508 – katastr nemovitostí*. Retrieved from <http://regiony.kurzy.cz/~nr/ku/668508/mapa/>.

Na pozemku č. 751/79 se nachází dětské hřiště, na sousedním pozemku č. 751/78 by se nacházelo zařízení stravovacích služeb



Zdroj: Katastr nemovitostí. (2013). *Nahlížení do katastru nemovitostí*. Retrieved from <http://sgi.nahlizenidokn.cuzk.cz/marushka/default.aspx?themeid=3&&MarQueryId=6D2BCEB5&MarQueryParam=668508&MarQParamCount=1&MarWindowName=Marushka>.